



DESTİNASYON YÖNETİMİNE BÖLGE TEMELLİ YAKLAŞIM: "FIRAT'I KEŞFET" ÖRNEĞİ

A Region-Based Approach to Destination Management: "Discover the Euphrates" Case

Münire Tuğba ERDEM ALADAĞ

erdem.mt@gmail.com, Malatya / Türkiye
<https://orcid.org/0009-0000-0229-2359>

Ahmet Yıldırım ATA

Fırat Kalkınma Ajansı, yildirim.ata@fka.org.tr, Malatya / Türkiye
<https://orcid.org/0009-0007-5941-9489>

Doi: <https://doi.org/10.33723/rs.1491770>

Erdem Aladağ, M. T. & Ata, A. Y. (2024). "Destinasyon yönetimine bölge temelli yaklaşım: "fırat'ı keşfet" örneği". R&S- Research Studies Anatolia Journal, 7(3). 263-300.

Makale Türü: Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi/ Arrived Date: 29.05.2024

Kabul Tarihi / Accepted Date: 17.07.2024

Yayınlanma Tarihi / Published Date: 31.07.2024

ÖZ

Bu çalışma, destinasyon yönetimi ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi Fırat Kalkınma Ajansı'nın (FKA) "Fırat'ı Keşfet" programı üzerinden incelemektedir. Destinasyonlar, turistlere bekledikleri deneyimleri sunan hizmet sağlayıcıları, kamu kurumları ve destekleyici sektörlerin kümelendiği coğrafi alanlardır. Turizm faaliyetlerinin çoğu bu alanlarda gerçekleşir, bu nedenle destinasyonlar turizm araştırmalarında temel analiz birimi olarak önem kazanmaktadır. Destinasyon yönetimi ise, bölgenin turizm kaynaklarını sürdürülebilir bir şekilde yöneterek, bölgenin turizm açısından çekiciliğini artırmayı ve rekabetçi avantajlar sağlamayı hedefleyen stratejik bir yaklaşımdır. Bu bağlamda çalışmada, Fırat Kalkınma Ajansı'nın bölgesel destinasyon yönetimi çerçevesinde uyguladığı stratejiler ve karşılaştığı zorluklar değerlendirilerek, bu süreçte elde edilen çözümler analiz edilmektedir. Vaka çalışması yöntemiyle yürütülen bu araştırma, destinasyon yönetimi ve bölgesel kalkınma konusundaki akademik literatüre katkı sağlamayı ve politika yapıcılar, iş dünyası liderleri ve toplum paydaşları için değerli içgörüler sunmayı amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, destinasyon yönetiminin bölgesel kalkınmaya olan katkısını ve sürdürülebilir turizm için stratejik yönetimin önemini vurgulamaktadır.

Anahtar kelimeler: Destinasyon Yönetimi, Bölgesel Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm

ABSTRACT

This study examines the relationship between destination management and regional development through Fırat Development Agency's (FKA) "Discover Fırat" program. Destinations are geographical areas where service providers, public institutions and supporting sectors are clustered to offer tourists the experiences they expect. Most tourism activities take place in these areas, which is why destinations gain importance as the basic unit of analysis in tourism research. Destination management is a strategic approach that aims to increase the

attractiveness of the region in terms of tourism and provide competitive advantages by managing the tourism resources of the region in a sustainable manner. In this context, this study evaluates the strategies and challenges faced by Fırat Development Agency within the framework of regional destination management and analyzes the solutions obtained in this process. This case study research aims to contribute to the academic literature on destination management and regional development and provide valuable insights for policy makers, business leaders and community stakeholders. The findings highlight the contribution of destination management to regional development and the importance of strategic management for sustainable tourism.

Keyword: Destination Management, Regional Development, Sustainable Tourism

GİRİŞ

Destinasyon, turistlere bekledikleri deneyimleri yaşatmak için örgütlenmiş hizmet sağlayıcıları, kamu kurumları ve destekleyici sektörler gibi kaynakların kümелendiği coğrafi alanlardır (Pike, 2008: 24). Turizm faaliyetlerinin çoğu destinasyonlarda gerçekleşir ve bu sebeple destinasyon, turizm sistemiyle ilgili araştırmalarda temel bir analiz birimi olarak ortaya çıkmıştır. Öte yandan destinasyon yönetimi ise, bir turizm bölgesinin sosyoekonomik gelişimini sağlamak üzere ziyaretçilerin, hizmet sağlayıcıların ve toplumun çıkarlarını dengeleyen ve bütünleştiren, proaktif, ziyaretçi merkezli stratejik bir yaklaşım olarak tanımlanabilir (Carlsen, 1999: 321; Wang, 2011: 3).

Destinasyon yönetimi anlayışı, ilgili paydaşların ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak, bir bölgenin turizm kaynaklarını sürdürülebilir bir şekilde yönetmek için stratejik ve operasyonel kararları entegre eder (Hudson, 2022: 20). Bu yönetim süreci, bölgenin turizm açısından çekiciliğini artırarak ona rakipleri karşısında rekabetçi avantajlar sağlamayı hedefler. Bölgesel

turizmi düzenlemek için çekicilik faktörlerinin yanı sıra yerel girişimcilik ekosisteminin analiz edilmesini ve geliştirilmesini içerir (Ferri ve Aiello, 2017: 648). Destinasyon yönetimindeki zorlukları anlamak ve ele almak, bölgelerin turistler için yaşanabilir, sürdürülebilir ve rekabetçi yerler olarak uzun ömürlü olmaları için çok önemlidir (Khan vd., 2021).

Destinasyon yönetimi, bir bölgenin kaynaklarının kapsamlı bir şekilde planlanması, geliştirilmesi, pazarlanması ve yönetilmesini düzenlediğinden bölgesel kalkınma için kritik öneme sahiptir (Coban ve Yıldız, 2019: 118). Bölgesel ekonomiler turizm endüstrisini teşvik ederek bu tür faaliyetlerden daha fazla gelir elde edebilir. Bu gelir akışı, konaklama ve restoranlardan perakende ve eğlenceye kadar yerel işletmeleri destekler, böylece istihdam yaratır ve yerel ekonomiyi canlandırır (Costa ve Lima, 2018: 51). Etkili destinasyon yönetimi, pozitif etkilerin sürdürülebilir olmasını sağlar ve turistlerin ihtiyaçlarını yerel halkın ve çevrenin ihtiyaçları ile dengeler (Dana vd., 2014: 357).

Destinasyon yönetimi her şeyden önce bölgeye ilişkin güçlü ve olumlu bir imajın yaratılması ve sürdürülmesi için elzemdir (Blain vd., 2005: 329; Manhas vd., 2016: 26). Markalaşma ve pazarlama stratejileri kullanılarak bölge belirli turist segmentlerine cazip gelecek şekilde konumlandırılabilir ve bölgenin kendine özgü nitelikleri vurgulanarak bunları takdir edecek ziyaretçiler çekilebilir (Pike, 2008). Stratejik destinasyon yönetimi, turizmi ve yerel toplumun ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli altyapı yatırımlarını uyarır (Pearce, 2016: 54). Bölgenin genel çekiciliğini ve erişilebilirliğini artıran ulaşım ağları, konaklama tesisleri ve kamu hizmetleri bu yolla geliştirilebilir. Aynı zamanda etkili destinasyon yönetimi, bölgenin kültürel mirasını koruma ve tanıtmaya çabalarını içerir (Mandic ve Kennell, 2021: 2). Bu kapsamda geleneksel el sanatları, festivaller ve kültürel etkinlikler desteklenerek turistlerin ilgisini çekerken toplumun kültürel kimliği korunabilir (Ma ve Lew, 2012: 13; Stankova ve Vassenska, 2015: 122). Diğer katkıları da beraber düşünüldüğünde etkili bir destinasyon yönetiminin hem

turistlerin hem de bölge sakinlerinin yaşam kalitesini yükselttiği savunulabilir (Berbekova vd., 2022: 1425). Gelişmiş kültür, eğlence ve girişimcilik fırsatları sadece toplumu zenginleştirmekle kalmaz, aynı zamanda bölgeyi potansiyel yatırımlar için daha cazip hale getirir (Dwyer vd., 2003: 119; Prideaux ve Cooper, 2003: 36). Dolayısıyla bölgesel kalkınmaya yönelik bütüncül destinasyon yönetimi yaklaşımı, sosyal ve ekonomik refahın artmasına yardımcı olur (Rasovska vd., 2021: 778).

Etkili destinasyon yönetimi, bölgesel rekabetçiliğin ve sürdürülebilirliğin güvence altına alınması hedefi doğrultusunda çalışan çok sayıda kuruluşun koordinasyonuna ihtiyaç duyar (Merilainen ve Lemmetyinen, 2011: 25; Presenza vd., 2015: 2). Bu kapsamda destinasyon yönetimi çabalarının tutarlı bir strateji çerçevesinde yürütülmesi için kamu kuruluşlarının liderlik ve koordinasyon işlevini üstlenmesi sık görülen bir durumdur (Van Niekerk, 2014: 701; Volgger ve Pechlaner, 2014: 66). Ancak destinasyon yönetimi alanında kamu kuruluşlarının faaliyetlerini farklı coğrafi ve kültürel bağlamlarda inceleyen çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Bölgesel kamu otoritelerinin destinasyon yönetiminde karşılaştığı zorluklar ve çözüm yöntemlerini aydınlatan daha fazla bilimsel çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmanın cevap aradığı araştırma soruları şunlardır: “Kamu kurumları bölgesel destinasyon yönetiminde hangi stratejileri izlemektedir ve nasıl sorun çözmektedir?”. Bu amaçla çalışma, bölgesel kalkınma alanında faaliyet gösteren Fırat Kalkınma Ajansı'nın (FKA) bölgesel destinasyon yönetimi çerçevesini çizen Fırat'ı Keşfet programı vaka çalışması yöntemiyle incelenmektedir. Çalışmada Fırat'ı Keşfet programı çerçevesinde yürütülen koordinasyon, tanıtım ve destinasyon yönetimi stratejileri mercek altına alınmıştır. Ayrıca bu stratejilerin uygulanması sırasında karşılaşılan zorluklar ve bunların üstesinden gelmek için benimsenen çözümler değerlendirilmiştir.

Bu derinlemesine inceleme sayesinde makale, destinasyon yönetimi ve bölgesel kalkınma konusundaki akademik yazına katkıda bulunmayı ve bölgelerinin geleceğini şekillendirmeye çalışan politika yapımcılar, iş dünyası liderleri ve toplum paydaşları için değerli içgörüler sağlamayı amaçlamaktadır. Bölgesel destinasyon yönetiminde stratejik yaklaşımın gücüne vurgu yapan bu vaka çalışması, sürdürülebilir bölgesel kalkınmanın sağlanmasında bütüncül ve yenilikçi yaklaşımların önemini vurgulamaktadır.

Çalışma aşağıdaki şekilde yapılandırılmıştır: İlk bölümde, destinasyon yönetimi ve bölgesel kalkınma kavramlarının bağlantıları ele alınarak teorik bir çerçeve sunulmaktadır. Sonraki bölümde, çalışmayla ilgili metodolojik kararlar açıklanmaktadır. Ardından vaka çalışmasının bulguları sunulmakta ve tartışılmaktadır. Son olarak sonuç bölümünde çalışmanın sınırlılıkları, politika yapımcılar ve araştırmacılar için içgörüler ve tavsiyeler sunulmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bölgesel Kalkınmada Turizm Odaklı Araçlar

Bölgesel kalkınmada turizm odaklı kalkınma araçları, bir bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimini teşvik etmek için turizmin potansiyelinden faydalanmayı hedefler. Bu araçlardan altyapı geliştirme; ulaşım altyapısının iyileştirilmesi (yollar, havaalanları, vb), konaklama tesislerinin modernizasyonu ve artırılması, turistik bölgelerde su, elektrik, telekomünikasyon gibi temel hizmetlerin sağlanması gibi yatırımları içermektedir (Buhalis, 2000). Kültürel ve doğal mirasın korunması ve tanıtılması, yeni turistik çekim merkezlerinin oluşturulması (müzeler, parklar, etkinlikler), temalı turlar ve destinasyonlar geliştirme (gastronomi turları, ekoturizm, tarih turları) gibi turistik ürün geliştirme de bu araçlar arasında yer almaktadır (Richards ve Wilson, 2006). Bununla paralel olarak bölgenin tanıtım ve pazarlamasının yapılması da bu araçlar arasında bölgenin turistik potansiyelinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması, dijital pazarlama stratejilerinin uygulanması (sosyal medya, web siteleri, mobil

uygulamalar), fuarlar, festivaller ve etkinliklerle bölgenin tanıtımı yoluyla gerçekleştirilebilir (Morgan vd, 2003). Eğitim ve kapasite geliştirme; turizm sektöründe çalışanların eğitimi ve sertifikalandırılması, yerel halkın turizme yönelik bilinçlendirilmesi ve katılımının sağlanması, yönetim ve işletme becerilerinin geliştirilmesi için programlar uygulanması yoluyla uygulanabilir (Baum ve Szivas, 2008). Sürdürülebilirlik ve çevre koruma da bölgesel kalkınmada turizm odaklı araçlar arasındadır. Turizmin çevresel etkilerinin azaltılması için sürdürülebilir turizm uygulamaları, doğal kaynakların korunması ve ekoturizm faaliyetlerinin teşvik edilmesi, atık yönetimi ve enerji verimliliği gibi çevre dostu uygulamaların yaygınlaştırılması ile sürdürülebilirlik ve çevre koruma odaklı kalkınma sağlanabilir (Gössling ve Weaver, 2009). Son olarak, turizm yatırımları için vergi indirimleri ve teşvikler, küçük ve orta ölçekli turizm işletmelerine finansal destek sağlanması ve uluslararası fonlardan ve hibelerden yararlanma yoluyla sağlanacak finansman ve hibeler bölgesel kalkınmada turizm odaklı araçlara örnek olarak verilebilir (Sharpley, 2002).

Destinasyon Yönetimi ve Bölgesel Kalkınma İçin Önemi

Destinasyon yönetimi, bir bölgenin ziyaretçiler, yatırımcılar ve bölge sakinleri için çekiciliğini artırarak bölgesel kalkınmada önemli rol oynayan stratejik bir süreçtir (Markowski vd., 2019: 53; Mikulic vd., 2016: 155). Ekonomik kalkınmayı teşvik etmek, istihdam fırsatları yaratmak ve yerel toplulukların yaşam kalitesini artırmak için bir bölgenin kültürel mirasını, doğal güzelliklerini ve turizm varlıklarını tanıtmaya yönelik koordineli bir çaba gerektirir (Hartman vd., 2020: 213).

Destinasyon yönetiminin bölgesel kalkınma için önemli olmasının başlıca nedenlerinden biri, ekonomik kalkınmayı teşvik etme kabiliyetidir (Calero ve Turner, 2020: 4). Turizm, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ilgili sektörleri de uyararak bölge ekonomisine önemli katkılarda bulunma potansiyeline sahiptir (Rachao vd., 2019: 35). Bütüncül destinasyon

yönetimi yoluyla bir bölgeye düzenli turist akışı sağlanır, bu da yerel işletmeler için gelir yaratır ve ekonomiyi canlandırır (Frechtling ve Horvath, 1999: 324; Pedrana, 2013: 92). Ayrıca, destinasyon yönetimi yerel ekonomide çeşitliliğe yol açarak bölgenin geleneksel sektörlere olan bağımlılığını azaltır (Cheng ve Zhang, 2020: 2603; Pascariu vd., 2021: 130; Watson ve Deller, 2022: 1196). Örneğin, tarıma dayalı bölgeler turizmin sağladığı ek gelir akışından faydalanarak ekonomik istikrarı iyileştirebilir ve sektörel gerilemelere karşı daha dirençli hale gelebilirler (Ivona vd., 2021: 3; Xue, 2022: 828). Turizm sektörü emek yoğunudur ve giriş seviyesindeki pozisyonlardan yönetim rollerine kadar geniş bir yelpazede beceri gerektirir (Liu ve Wall, 2006: 161). Buradan hareketle destinasyon yönetimi yerel halk için otel, restoran, ulaşım hizmetleri ve tur operasyonlarındaki işler de dahil olmak üzere çok sayıda istihdam fırsatı yaratabilir (Gomez-Lopez ve Barron-Arreola, 2019: 97). Ayrıca iyi bir destinasyon yönetimi stratejisi, bölgenin marka değerini önemli ölçüde geliştirebilir (Cox vd., 2014: 86; Hosany vd., 2007: 64; Qu vd., 2011: 465). Üstün marka değeri bölgeyi ulusal ve küresel düzeyde daha rekabetçi hale getirerek doğrudan yabancı yatırımları çekebilir ve gayrimenkul, eğitim ve sağlık gibi diğer sektörlerde büyümeyi teşvik edebilir (Milicevic vd., 2017: 209; Pike, 2009: 858).

Stratejik destinasyon yönetiminin diğer bir olumlu etkisi altyapı alanına yöneliktir. Etkili destinasyon yönetimiyle artan turizm talebi, genellikle ulaşım ağları, konaklama tesisleri ve turistik yerler gibi altyapıların geliştirilmesini ve iyileştirilmesini gerektirir (Khadaroo ve Seetanah, 2007: 1023). Bu gelişme hem turistlere hem de yerel sakinlere fayda sağlayan kamu hizmetleri ve yatırımlarını uyarır (Banerjee vd., 2015: 159; Nawaz ve Hassan, 2016: 583). Daha iyi yollar, havaalanları ve toplu taşıma dahil olmak üzere gelişmiş altyapı, bölgeyi daha erişilebilir ve yaşanabilir hale getirerek bölgesel kalkınmaya katkı verir (Linneker ve Spence, 1996: 99; Rokicki ve Stępniaak, 2018: 37).

Destinasyon yönetimi, kültürel mirasın ve doğal kaynakların korunmasında da önemli bir yere sahiptir (Carbone, 2016: 78). Bölgeler kültürel ve eko-turizmi teşvik ederek tarihi alanların, geleneksel el sanatlarının ve doğal manzaraların bakımı, restorasyonu ve korunması için gelir elde edebilir (Santa-Cruz ve Lopez-Guzman, 2017: 112). Bu sadece ziyaretçi deneyimini zenginleştirmekle kalmaz, aynı zamanda kültürel mirasın ve doğal güzelliklerin gelecek nesiller için korunmasını sağlar (LaPan ve Barbieri, 2014: 667; Lusetyowati, 2015: 401).

Öte yandan turizm faaliyetlerinin bölgeler üzerinde olumsuz etkileri de görülebilmektedir. Turizm, ekonomik açıdan faydalı olmakla birlikte, destinasyonlara çeşitli olumsuz etkiler de getirebilmektedir. Çevresel olumsuzluklara örnek olarak su kaynakları üzerindeki baskı, çevre kirliliği biyoçeşitlilik kaybı sayılabilir. Turizm altyapısının inşası ve artan ziyaretçi sayısı nedeniyle su kaynaklarının aşırı kullanımı, ormansızlaşma ve doğal peyzajın tükenmesine sebep olabilir (Gössling vd., 2012: 1). Çöp, kanalizasyon, ulaşımdan kaynaklanan hava kirliliği ve gürültü kirliliği yoluyla turizm genel kirliliğe katkıda bulunur (Zhang vd., 2020: 3). Bu da yaban hayatına zarar verebilir ve yerel ekosistemleri bozabilir (Bateman ve Fleming, 2017: 11). Ayrıca istilacı türlerin ortaya çıkması, habitat tahribatı ve yaban hayatına verilen rahatsızlık turizm faaliyetlerinden kaynaklanabilir (Hall, 2010: 254). Etkili destinasyon yönetimi doğal kaynakların sürdürülebilirliğine yönelik politikalar üretilmesini kolaylaştırabilir (Fyall ve Garrod, 2020: 165), modern atık yönetimi uygulamalarını teşvik edebilir (Ezeah vd., 2015: 435) ve doğal yaşam alanlarını koruyarak biyoçeşitliliğin korunmasına yardımcı olabilir (Curtin, 2013: 209).

Turizmin olumsuz etkileri sosyo-kültürel alanda da gözlemlenebilmektedir. Belli destinasyonlara yönelik turist akını, gelenek ve göreneklerin turist beklentilerini karşılayacak şekilde değiştirilmesine, yerel kültürlerin özgünlüğünü kaybederek metalaşmasına yol açabilir

(Shepherd, 2002: 183). Aynı zamanda aşırı sayıda turist alımı, yerel altyapı ve hizmetler üzerinde baskı oluşturabilir ve bölge sakinlerinin yaşam kalitesini düşürebilir (Gowreesunkar & Seraphin, 2019: 627). Bu kapsamda destinasyon planlamasına yerel toplulukların dahil edilmesi, kültürel mirasa saygı gösterilmesini ve korunmasını sağlayabilir (Simmons, 1994: 98). Buna ek olarak ziyaretçi sayısının sınırlandırılması, yoğun olmayan turizmin geliştirilmesi ve alternatif turist rotalarının oluşturulması gibi stratejiler, turizm baskısının daha eşit bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olabilir (Butter ve Dodds, 2022: 41).

İyi yönetilemezse turizm artışı destinasyon ekonomilerine zarar bile verebilir. Örneğin turizme aşırı bağımlılık, destinasyonları mevsimsel dalgalanmalar veya salgın hastalıklar gibi küresel krizler nedeniyle ekonomik istikrarsızlığa karşı savunmasız hale getirebilir (Larsen vd., 2011: 481). Turistlerin artan mal ve hizmet talepleri, yerel ekonomilerde fiyat artışlarını körükleyerek yerleşik halkın yaşam maliyetini artırabilir (Tkalec ve Vizek, 2016: 93). Destinasyon yönetimi bu sebeple bölge ekonomisinin turizme bağımlılığını azaltmak için ekonomik çeşitlendirmeyi teşvik etmeli, muhtemel krizlere karşı acil durum planları geliştirmelidir (Barreal vd., 2023: 3).

Sonuç olarak, destinasyon yönetimi bölgesel kalkınmanın temel unsurlarından biridir ve ekonomik kalkınmanın artırılması, iş fırsatlarının yaratılması, altyapı ve kamu hizmetlerinin iyileştirilmesi, kültürel ve doğal mirasın korunması, marka değerinin geliştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesi için kapsamlı faydalar sunar. Stratejik destinasyon yönetimi faaliyetleri sayesinde bölgeler cazip destinasyonlar olarak potansiyellerini ortaya çıkarabilir, hem bölge sakinlerine hem de ziyaretçilere fayda sağlayabilir ve toplumları için müreffeh ve sürdürülebilir bir geleceği güvence altına alabilir. Etkili destinasyon yönetimi, turizmin çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik boyutlarını dengeleyen bütüncül bir yaklaşım gerektirir. Destinasyon yöneticileri sürdürülebilir uygulamaları hayata geçirerek, yerel

toplulukların katılımını sağlayarak ve ekonomik çeşitliliği teşvik ederek turizmin olumsuz etkilerini azaltabilir ve tüm paydaşlar için turizmin uzun vadeli yaşayabilirliğini ve faydalarını sağlayabilir.

Etkili Destinasyon Yönetiminin Önündeki Engeller

Destinasyon yönetimi, bölgesel kalkınma için çok önemli olmakla birlikte, etkili şekilde planlanmasını ve uygulanmasını engelleyebilecek zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklar turizm pazarının dinamik doğası, rekabet, teknolojik gelişmeler, sürdürülebilirlik kaygıları, paydaşlar arası iş birliği ihtiyacı ve doğal afetlerin olumsuz etkilerine kadar uzanmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek, bir destinasyon yönetiminin başarıya ulaşması için kapsamlı bir anlayış ve stratejik yaklaşım gerektirmektedir.

Destinasyon yönetiminde karşılaşılan başlıca zorluklardan biri, turistleri, yatırımları ve tanınırlığı artırmak için bölgeler arasında yaşanan yoğun rekabettir (Lopez vd., 2018: 2). Her destinasyonun dikkat çekmek için yarıştığı kalabalık bir pazarda öne çıkmak giderek zorlaşmaktadır (Bazargani ve Kiliç, 2021: 73). Bu rekabet, yenilikçi pazarlama stratejilerini, benzersiz değer önerilerini ve destinasyonun çekiciliğini ve görünürliğini artırmak için sürekli çaba gösterilmesini gerektirmektedir (Teixeira ve Ferreira, 2019: 652). Turizm sektörü, hızla değişen tüketici tercihleri ve davranışları ile karakterize edilmektedir (Cohen vd., 2014: 852; Xiang vd., 2015: 244). Demografik özellikler, kültürel trendler ve teknolojik gelişmeler gibi faktörler, gezginlerin bir destinasyonda aradıklarını sürekli olarak yeniden şekillendirmektedir (Couture vd., 2015: 66). Bu değişikliklere uyum sağlamak, pazarlama stratejilerinin mevcut ve yeni trendlerle uyumlu olmasını kolaylaştıracak çeviklik ve duyarlılık gerektirmektedir (Hadjielias vd., 2022: 3; Stylos vd., 2021: 1015). Örneğin özgün ve sürükleyici deneyimlere, çevre dostu seyahat seçeneklerine ve kişiselleştirilmiş hizmetlere yönelik artan talebi

karşılama destinasyon rekabetçiliği için daha önemli hale gelmiştir (Hung Lee vd., 2021: 1040; Jin vd., 2012: 266; Ma vd., 2021: 2).

Diğer yandan dijital teknolojilerin yükselişi destinasyon yönetimini dönüştürecek yeni fırsatlar ve zorluklar getirmektedir. Dijital platformlar, sosyal medya ve çevrimiçi yorumlar pazarlama ve müşteri etkileşimi için temel araçlar haline gelirken, destinasyonların çevrimiçi itibarlarını proaktif bir şekilde yönetmeleri ve kitlelerle etkili bir şekilde etkileşim kurmaları elzemdir (Hays vd., 2013: 212; Munar, 2012: 102; Güven, 2022: 1944). Ayrıca, teknolojik değişimin hızı, yeni pazarlama araçları ve platformlarından etkili bir şekilde yararlanmak için sürekli öğrenme ve adaptasyon yeteneği gerektirmektedir (Carlisle vd., 2023: 241).

Destinasyon yönetiminde öne çıkan diğer bir kritik konu ise sürdürülebilirliktir. Destinasyonlar üzerinde çevresel etkiyi en aza indiren, yerel toplulukları destekleyen ve kültürel mirası koruyan sorumlu turizm uygulamalarını teşvik etme yönünde artan bir baskı vardır (Haid vd., 2021: 1). Ancak ekonomik hedeflerle sürdürülebilirlik hedeflerini dengelemek zor olabilir (Moeller vd., 2021: 160; Gössling vd., 2016: 529). Destinasyonlar, turizm sektörünün çekiciliğinden ve kârlılığından ödün vermeden sürdürülebilir turizmi teşvik eden stratejileri geliştirme ve uygulama zorunluluğu altındadır (Pulido-Fernandez vd., 2015: 47; Rodriguez Diaz ve Espino Rodriguez, 2016: 1). Turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğini riske atan diğer bir etken ise öngörülemez kriz durumlarıdır. Destinasyonlar, turizm üzerinde yıkıcı etkileri olabilecek doğal afetler, salgın hastalıklar ve güvenlik olayları gibi krizlere karşı giderek daha savunmasız hale gelmektedir (Harrington, 2021: 392; Rossello vd., 2020: 1). Destinasyonlar, olumsuz olayları yönetmek ve atlatmak, ziyaretçiler ve paydaşlar arasında güveni korumak için etkili kriz iletişim planlarına ve stratejilerine sahip olmalıdır (Tsai vd., 2016: 152).

İlgili paydaşlar arası iş birliği ve koordinasyonun sağlanması, destinasyon yönetiminin hedefe ulaşması için olmazsa olmaz şartlardan birisidir. Başarılı destinasyon yönetimi, kamu kurumları, yerel işletmeler ve sivil toplum kuruluşları (STK'lar) gibi paydaşların iş birliği ve koordinasyonu olmadan mümkün değildir (Komppula, 2016: 68; Tuohino ve Konu, 2014: 202). Bu paydaşların çıkarlarını ve eylemlerini uyumlu hale getirmek, özellikle turizm yönetim yapılarının parçalı olduğu veya turizm kalkınma öncelikleri konusunda fikir birliği bulunmayan bölgelerde zor olabilir (Baggio vd., 2010: 52; Beritelli ve Bieger, 2014: 25; Zhang vd., 2022: 3).

Son olarak, destinasyon yönetiminde karşılaşılan önemli bir zorluk da uygulanan stratejilerin etkinliğinin ölçülmesidir (Hanafiah vd., 2016: 631). Destinasyon yönetiminin başarısı genellikle ziyaretçi sayısı ve gelirle değerlendirilir ancak bu ölçütler bölgesel kalkınma, sürdürülebilirlik ve toplum refahı üzerindeki uzun vadeli etkiyi tam olarak yansıtmayabilir (Berkova vd., 2022: 1430; Luo, 2018: 3). Kapsamlı ve anlamlı performans göstergeleri geliştirmek, destinasyon yönetimi stratejilerinin başarısını değerlendirmek ve sürekli gelişimi sağlamak için kritik önemdedir (Hanafiah ve Zulkifly, 2019: 592; Morrison vd., 2024: 2; Sigala, 2014: 210).

Sonuç olarak, destinasyon yönetimi stratejik düşünme, uyum sağlama ve iş birliği gerektiren çok yönlü zorluklarla karşı karşıyadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için turizm pazarının dinamik yapısını anlamak, teknolojik gelişmelerden yararlanmak, sürdürülebilir turizmi teşvik etmek, paydaş iş birliğini geliştirmek, krizlere karşı dayanıklılık oluşturmak ve etkili performans ölçüm sistemleri geliştirmek gerekir. Bu zorlukların başarıyla ele alınması, destinasyon yönetiminin bölgesel kalkınmayı sağlama ve sürdürülebilir ve müreffeh turizm destinasyonları yaratma potansiyelinin tam olarak hayata geçirilmesi için elzemdir.

METODOLOJİ

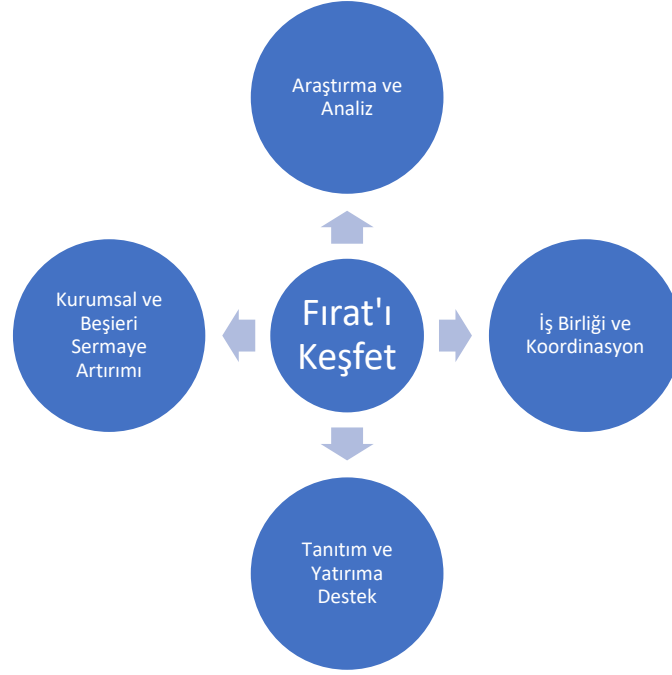
Bu makalede vaka çalışması yöntemi kullanılmıştır. Fırat Kalkınma Ajansı tarafından geliştirilen Fırat'ı Keşfet turizm programı örnek vaka olarak derinlemesine incelenmiş, bölgesel destinasyon yönetimi sürecinde karşılaşılan zorluklar ve çözümler anlaşılmaya çalışılmıştır. Veri kaynağı olarak programla ilgili kurumsal dokümanlardan yararlanılmıştır.

Vaka çalışması yöntemi, başta sosyal bilimler olmak üzere çeşitli akademik disiplinlerde yaygın olarak kullanılan nitel bir araştırma yaklaşımıdır. Tek bir vakanın veya az sayıda vakanın derinlemesine incelenmesi yoluyla karmaşık konuların araştırılması, anlaşılması ve açıklanmasına odaklanır (Yin, 2017: 14). Bu metodoloji, gerçek dünyadaki olguları kendi bağlamları içinde kavramaya odaklanır ve özellikle karmaşık, dinamik faktör etkileşimlerinin söz konusu olduğu olayları incelemek için uygundur (Baxter ve Jack, 2008: 545). Ayrıntılı analiz yoluyla vaka çalışmaları, mevcut varsayımları doğrulayarak veya bunlara meydan okuyarak kuram gelişimine önemli katkılarda bulunabilir (Eisenhardt, 1989: 533; Woodside ve Wilson, 2003: 494).

BULGULAR VE TARTIŞMA

Fırat'ı Keşfet programı 2020 yılında Malatya, Elazığ, Bingöl ve Tunceli'yi kapsayan TRB1 Bölgesi'nde uygulanmaya başlamıştır. Bölgenin turizm potansiyelinin aktif hale getirilmesi amacıyla bütüncül çalışmalar yürütülmüştür. Bu çerçevede, illerde alternatif ve tematik rotalar belirlenmiş, fizibilite ve ön fizibilite raporları aracılığı ile yatırım potansiyelleri hakkında kamuoyuna bölgeye yatırım ile ilgili pratik bilgiler sağlanmıştır. Bununla birlikte gelen konukların memnuniyetine yönelik anket yapılarak bölgenin eksikliklerinin giderilmesi üzerine faaliyetler tasarlanmıştır. Pandemi ve deprem gibi olağan dışı durumlarda da sahada paydaşlarla birebir görüşmeler gerçekleştirilmiş olup önümüzdeki süreçteki plan ve programlara sorunlar dâhilinde çözüm önerileri ve projeler belirtilmiştir.

Bu çerçevede, süreç içerisinde yapılan çalışmalar genel hatları ile dört kategoride değerlendirilebilir.



Şekil 1: Süreç içerisinde yapılan çalışmalar

ARAŞTIRMA VE ANALİZ

Tematik ve Alternatif Rotaların Belirlenmesi

Bölge illerinin sahip olduğu potansiyelin değerlendirilmesi maksadıyla alanında uzman olan kişi ve kurumlardan danışmanlık hizmeti alınarak rotalar oluşturulmuştur. Bu kapsamda 2023 yılı sonu itibariyle;

- Malatya'da 11, Elazığ'da 10, Bingöl'de 4, Tunceli'de 3 adet tur alternatif tur programı tasarlanmıştır.
- Malatya ve Elazığ'da 6'şar, Bingöl'de 16, Tunceli'de 21 adet trekking rotası oluşturulmuştur.
- Malatya ve Elazığ'da 30'ar, Bingöl'de 22 adet bisiklet rotası oluşturulmuştur.

- Malatya’da 26, Elazığ’da 30 adet yürüyüş rotası oluşturulmuştur (Fırat’ı Keşfet, 2024).

Oluşturulan bu rotalar Fırat’ı Keşfet web sitesinin yanında, açık hava etkinlikleri ve doğa sporlarıyla ilgilenen insanlar için bir web ve mobil uygulama platformu olan Wikiloc’a da yüklenmiştir. Bununla birlikte Youtube aracılığı ile kısa videolarla da rotaların tanıtımı yapılmaya başlanmıştır.

Oluşturulan rotaların daha etkin işlenmesi için tur acenteleri ve bloggerların yer aldığı gruplar ile fam tripler organize edilmiş olup bu etkinliklere bağlı olarak oluşturulan bazı rotalara yönelik bölgeye gelir getirme potansiyeli taşıyan turlar organize edilmiştir.

Turizm Memnuniyet Analizi Çalışması

Bölgenin hizmet kalitesi artırması rekabetçiliği sağlaması açısından önem arz etmekte olup bölgedeki eksikliklerin misafirler gözüyle ortaya konulması maksadıyla bölgeye gelen turistlere yönelik anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, Malatya’da 500, Elazığ’da 400, Tunceli ve Bingöl’de 350’şer kişi olmak üzere bilgisayar destekli yüz yüze anket yöntemi kullanılarak toplam 1600 kişinin görüş ve önerileri alınmıştır (FKA, 2022). Bu anketlerden elde edilen veriler çerçevesinde faaliyetler güncellenerek plan ve projelere altlık oluşturulmuştur. Örneğin, bölge illerine yönelik en temel eleştirilerden birisi hijyenik yer sıkıntısı olup 2024 – 2028 bölge planı taslağında bu durumun çözülmesine yönelik proje taslağı oluşturulmuştur.

Fizibilite Çalışmaları

Bölgedeki yatırım imkânlarının geliştirilmesi maksadıyla aşağıda sunulan üç adet fizibilite, beş adet ön fizibilite raporu hazırlanmıştır (FKA,2024):

- Elazığ İli Sivrice Ekolojik Köy Tatil ve Rehabilitasyon Merkezi Ön Fizibilite Raporu
- Tunceli İli 4 Yıldızlı Otel Yatırımı Ön Fizibilite Raporu
- Tunceli İli 4 Yıldızlı Termal Otel Yatırımı Ön Fizibilite Raporu

- Elazığ İli Hazar Gölü Tatil Köyü Ön Fizibilite Raporu
- Bingöl Doğa Sporları Parkı Fizibilite Raporu
- Bingöl Zimmet Tepe Rekreasyon Alanı Fizibilite Raporu
- Kerek Deresi Rekreasyon Projesi Fizibilite Raporu
- Bingöl İli Ilıcalar 4 Yıldızlı Termal Otel Yatırımı Ön Fizibilite Raporu

Bu fizibilite çalışmalarının iki eksenli önemi bulunmaktadır. Birinci eksen bağlamında bakacak olursak yatırımların maliyeti ve geri dönüşü hakkında bilimsel veriler içermesi nedeniyle yatırımcının iş ve işlemlerini kolaylaştırmaktadır. İkinci eksen dâhilinde de kamu yatırım programları açısından fizibilitesi yapılmış projelere daha hızlı kaynak ayrılmaktadır. Bu bağlamda bu alanlara kaynak bulunması fizibilitesi yapılmamış bir yere kaynak bulunmasına nazaran daha hızlı olacaktır.

İŞ BİRLİĞİ VE KOORDİNASYON

Bölgenin turizmini bütüncül olarak geliştirilmesi için paydaşlar arası iş birliği önem arz etmektedir. Bununla birlikte, bölgenin turizmini tek kanaldan geliştirmek amacıyla oluşturulan Fırat'ı Keşfet adlı platformun paydaşlar arasında kabul görmesi ve sahiplenilmesi kritik bir rol oynamaktadır. Bu çerçevede paydaşlarla düzenli toplantılar organize edilmekte olup zaman zaman ziyaretler gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte, markanın bilinirliğini artırmak amacıyla gerek bölge içinden gerekse de bölge dışından paydaşlar ile iş birliği ve koordinasyon faaliyetleri yürütülmektedir.

Turizm Yönetişim Ağı

Ajansın turizm faaliyetlerine yönelik istişarelerde bulunmak ve faaliyet planları hakkında düzenli bilgi aktarımı sağlamak amacıyla dört ilin Kültür ve Turizm İl Müdürlerinden oluşan bir komisyon oluşturulmuş ve düzenli toplantılar organize edilmiştir. Bu toplantılar

çerçevesinde markanın il bazlı koordinasyonundaki problemler giderilmeye çalışılmış ve sahiplenilmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır.

Bölgedeki ilgili paydaşlar (otel yetkilileri, acente sahipleri, lokanta sahipleri, kooperatifler vb.) belirli aralıklarla ziyaret edilmiş ve görüş alış verişinde bulunularak markanın geliştirilmesine yönelik düzenlemeler yapılmıştır.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği ile yakın ilişkiler geliştirilmiş olup bölgenin turizm gelişim sürecinde iş birliği faaliyetleri yürütülmüştür. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı tarafından yürütülen çalışmalar takip edilmiş olup toplantılara aktif katılım sağlanmıştır (FKA, 2024b).

Marka Tanıtımına Yönelik İş Birlikleri

Bölge içinden ve bölge dışından paydaşlarla iş birliği içerisinde bölgedeki değerlerin tanıtımına yönelik programlar organize edilmiştir. Bu programlardan bir kısmı aşağıda sıralanmıştır:

- Tunceli Doğa ve Sporları Festivali
- Bingöl Fotosafari
- Malatya Kayısı Çiçeği Şenlikleri
- Tunceli Fotoğrafçılar Maratonu

Bu programlar gerek bölgeye gelen ziyaretçi sayısının artması gerekse de markanın tanıtılması bağlamında önem arz etmektedir Bununla birlikte, Atlas Dergisi ile iş birliği içerisinde bölgenin kimlik çalışmaları çerçevesinde “Fırat: Irmağın Yeni Öyküsü” adlı bir yazı oluşturularak bölgeye dair farkındalığın artırılması amaçlanmıştır (FKA, 2022).

KURUMSAL VE BEŞERİ SERMAYE ARTIRIMI

Turizm markalaşma çalışmaları çerçevesinde bölgedeki paydaşların farkındalığını artırmak, kurumsal ve beşeri sermayenin geliştirilmesine yönelik destekler vermek sürecin etkin ve verimli bir şekilde kurgulanabilmesi için kritik bir rol oynamaktadır.

Bu çerçevede, sektördeki paydaşların kurumsal kapasitelerinin geliştirilmesine yönelik “Kültürel Diplomasi: Turizm Gazeteciliği ve Yazarlığı Eğitimi” düzenlenmiş, kaynakların verimliliği alanında “Yalın Otel” gibi özgün projeler tasarlanmış ve dijital yetkinliğin artırılmasına yönelik “Hazar Gölü Tabiat Parkı Sanal Turla Dünyaya Açılıyor” adlı proje hayata geçirilmiştir (FKA, 2023). Bu minvalde, gerek kurumsal gerekse de beşeri sermayenin artırılmasına yönelik kurgulanan muhtelif çalışmaların bölge markalaşmasına olumlu etkiye bulunduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır.

TANITIM VE YATIRIMA DESTEK

Bölgenin tanıtımına yönelik çalışmalar gerçekleştirme süreci içerisinde kurumsal kimlik oluşturarak bu çerçevede tanıtım faaliyetlerin organize etmek tanıtım sürecinin bütüncül ilerlemesi açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte, hem bölgeye yönelik yatırımlara destekler sağlamak hem de hâlihazırdaki altyapı eksikliklerinin giderilmesine yönelik faaliyetlerde bulunmak bölgenin turizm potansiyelinin harekete geçirilmesi bağlamında kritik bir rol oynamaktadır.

Kimlik Çalışmaları

İllerin turizm potansiyellerini harekete geçirmeye yönelik tarih, kültür, gastronomi, etkinlik ve rota bazlı tanıtımın yapıldığı www.firatikesfet.com adlı dinamik bir web sitesi oluşturulmuştur. İllerin turistik destinasyonlarını gösteren haritalar tasarlanarak hem web sitesine entegre edilmiş hem de basılarak ilgili paydaşlara ve ziyaretçilere dağıtılması

sağlanmıştır. Ayrıca, bölge hafızası oluşturmak maksadıyla bölge efsaneleri derlenerek kitaplaştırılmış ve seslendirilerek çeşitli platformlar aracılığı ile paylaşılmıştır.

Fırat'ı Keşfet markası altında web sitesinin dışında Youtube, Twitter, Facebook, Instagram, Wikiloc ve Spotify gibi sosyal medya platformları aracılığı ile bölge tanıtımı aktif bir şekilde yapılmaktadır. Bu çerçevede, yöreye ait müziklere ve efsanelere Spotify listelerinde ulaşılacağı gibi bölgedeki rotaların ayrıntılı tanıtımına Wikiloc aracılığı ile erişilebilmektedir.

Bölgenin tanıtımına yönelik oluşturulan marka çatısı altında sosyal medya fenomenlerinin ve turizm profesyonellerinin de dahil edildiği muhtelif etkinlikler düzenlenmiştir. Böylelikle farklı takipçi kitlesine sahip fenomenler ve özgün turlar düzenleyen profesyoneller aracılığı ile markanın farklı mecralarda tanıtımı sağlanmıştır.

Destek Faaliyetleri

Bölgeye gelen turist sayısının artırılması maksadıyla mevzuat çerçevesinde özgün bir destek tasarlanmıştır. Bu çerçevede bölgeye gelen seyahat acentelerine iki tam gün gezi programı olması şartıyla yirmi kişiye kadar iki gece ve üç tam gün gezi programı olması şartıyla yirmi kişiye kadar üç gece konaklama desteği sunulmuştur. Tablo 1'de görüldüğü gibi desteğe bağlı olarak turlar organize edilmiş olup bu tur programlarından 15'i bölgeye ilk defa düzenlenmiştir. Program kapsamında 1910 geceleme yapılmış olup 111 bin 360 lira destek karşılığında bölgeye yaklaşık 2 milyon 200 bin liralık katkı sağlanmıştır. Dolayısı ile "Fırat Turu Destek Programı" aracılığı ile yaklaşık yirmi kat katma değer üretilmiştir.

Tablo 1: 2022 Yılı Fırat Turu Destek Programı Verileri

TOPLAM TUR SAYISI	31
İLK DEFA KAPSAMLI DÜZENLENEN TUR SAYISI	15
TOPLAM KİŞİ SAYISI	779
TOPLAM GECELEME SAYISI	1910
FİRMALARA ÖDENEN TOPLAM DESTEK TUTARI	₺111.360,00
OTEL VE RESTORAN HARCAMALARI HARİÇ BÖLGEYE TOPLAM KATKI	₺1.295.000,00

BÖLGEYE TOPLAM KATKI (Otel-restoran-alışveriş)	₺2.200.000
Kaynak: Fırat Turu Destek Programı Sonuç Raporu	

Bölgedeki turizmin harekete geçirilmesi amacıyla turizm altyapı eksikliklerinin giderilmesine yönelik kamu ve özel sektöre finansman sağlanmıştır. Tablo 2’de altyapısal sorunların giderilmesini amaçlayan 11 kamu projesine sağlanan desteklerin istatistikleri verilmiştir.

Tablo 2: Kamu'ya Sağlanan Destekler

PROJE YERİ	PROJE ADI	YARARLANICI ADI
MALATYA / Yeşilyurt	Horatanın Tanıtımı ve Turizme Kazandırılması Projesi	Malatya Büyükşehir Belediye Başkanlığı
TUNCELİ / Tüm İlçeler	Tuncelinin İnanç Kapıları Ocaklar ve Ziyaretlerde Altyapı İyileştirilmesi	Tunceli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
TUNCELİ / Ovacık	Ovacık 4 Mevsim Kayak Keyfi Yaşatıyor	Tunceli Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü
ELAZIĞ/ Merkez	Harput Musiki Müzesi	Elazığ Belediye Başkanlığı
MALATYA/ Yeşilyurt	Yeşilyurt Macera Parkı	Yeşilyurt Belediye Başkanlığı
TUNCELİ/ Merkez ve Nazimiye	Tuncelide Alternatif Kamping Alanı	Tunceli Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü
ELAZIĞ/ Merkez	Elazığ Kent Müzesi	Elazığ İl Özel İdaresi
ELAZIĞ/ Sivrice	Sivrice Su Sporları ve Adrenalin Merkezi	Elazığ Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü
MALATYA/ Akçadağ	Büyüleyici Vadiyi Seyrediyorum 2	Akçadağ Belediye Başkanlığı
ELAZIĞ /Palu	Fıratın Saklı Kenti Palu	Palu İlçesi Köylere Hizmet Götürme Birliği Başkanlığı
TUNCELİ / Çemişgezek	Urartu Mağaraları Turizme Açılıyor	Tunceli İli Çemişgezek İlçesi Ve Köylere Hizmet Götürme Birliği Başkanlığı

Kaynak: FKA İzleme Veri Sistemi

Özel sektöre sağlanan desteklerde belirli bir odak oluşturulmuş ve Tunceli’deki konaklama tesisi eksikliklerinin giderilmesine yönelik destekler verilmiştir (Tablo. 3).

Tablo 3: Özel Sektöre Yönelik Sağlanan Destekler

PROJE İLİ	PROJE ADI	YARARLANICI ADI
TUNCELİ / Pülümür	Askireg Otel Altyapısının Tamamlanarak Turizme Kazandırılması	Kepir Turizm Limited Şirketi
TUNCELİ/ Merkez	PİA Kamp Karavan Merkezi Kurulması	PİA Çevre Danışmanlık Müh. İnş. Taah. Ltd. Şti.
TUNCELİ / Ovacık	Lew-Çem Bungalov Tatil Evleri	Lew Çem

Kaynak: FKA İzleme Veri Sistemi

Fırat'ı Keşfet markalaştırma süreci içerisinde kamu ve özel sektöre proje temelli finansman desteği sağlandığı gibi Ajansın güdülediği projeler ile bölge turizminin gelişmesi için öncelikli müdahale gereken alanlara yönelik faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede Arslantepe Höyüğü Tanıtım ve Karşılama Merkezi ile Munzur'da kamp alanına kaynak ayrılmıştır (Tablo 4).

Tablo 4: Ajansın Gdülemesi İle Tasarlanan Projeler

PROJE İLİ	PROJE ADI	YARARLANICI ADI
MALATYA/ Battalgazi	Arslantepe Höyüğü Tanıtım ve Karşılama Merkezi	Malatya Büyükşehir Belediye Başkanlığı
TUNCELİ/ Ovacık	Munzur Kamping	Tunceli İl Özel İdaresi

Kaynak: FKA İzleme Veri Sistemi

Olağan dışı durumların da bölgedeki destinasyon odaklı gelişimi etkilememesine yönelik tedbirler alınmış olup, 6 Şubat depremleri sonrasında Yeşilyurt'ta Hasar Alan 2 Konağın (müzenin) Rekonstrüksiyonu'nun yapılmasına yönelik acil kaynak ayrılmıştır.

Bu çerçevede geçtiğimiz üç yılda gerçekleşen çalışmaların bölge turizminin gelişimine olumlu yönde etki ettiği gözlemlenmektedir.

Tablo 5: Yukarı Fırat Havzası Turizm Destinasyonu Geliştirilmesi ve Markalaştırılması Sonuç Odaklı Programı Hedefleri

SONUÇ GÖSTERGELERİ	ÖLÇÜM BİRİMİ	2020 YILI	HEDEF	2023 YILI
Markalaştırılan Destinasyon Sayısı	Adet	-	1	1
Altyapı Oluşturulan/Geliştirilen Turizm Yatırımı Sayısı	Adet	-	10	17
Bölgeye Gelen Turist Sayısındaki Artış Oranı	Yüzde	-	10	13,2
Turist Geceleme Sayısındaki Artış Oranı	Yüzde	-	3	19,9
Ajans Tarafından Güdülenerek Hayata Geçirilecek Düzenli Tur Sayısı	Adet	-	1	1

Turizm Sektöründe Kazandırılan Nitelikli İş Gücü İstihdamı	Kişi	-	50	*
--	------	---	----	---

Kaynak: FKA İlerleme raporu

Tablo 5’te görüldüğü gibi pandemi ve depreme bağlı olarak ulaşılamayan istihdam hedefi dışında tüm hedeflerde başarı sağlandığı görülmektedir. Bu oranların bütünüyle markalaşma çalışmalarına dayandırılmasının yanlış olduğu düşünülmele birlikte sürece olumlu etki ettiği değerlendirilmektedir.

SONUÇ

Genişleyen hizmet ekonomisinin kilit bir parçası olan ve istihdam yaratma, ihracat geliri ile yurt içi katma değer için önemli bir kaynak oluşturan turizm, pandemi öncesinde OECD ülkelerinde ortalama olarak GSYH'nın %4,4'üne, istihdamın %6,9'una, hizmetle ilgili ihracatın ise %20,5'ine doğrudan katkıda bulunmuştur (OECD, 2022: 3). Pandeminin etkilerinin azalmaya başlamasına bağlı olarak tekrar canlanan turizm sektörü, ülkelerin kalkınması bağlamında kritik bir rol oynamakta olup pandemi sonrasında iç turizm faaliyetleri canlanmış ve alternatif turizm türlerinin ön plana çıkmaya başladığı gözlemlenmiştir (Durgun Kaygısız, 2021: 90). Bu çerçevede, dönüşmeye başlayan turist algısına bağlı olarak destinasyon yönetiminin gerekliliği artmıştır. Nitekim 2024 – 2028 yıllarını kapsayan 12. Kalkınma Planı dâhilinde de destinasyonların özgün kimliklerinin oluşturulmasının gerekliliğinin altı çizilmiş ve bu bağlamda stratejiler belirlenmiştir. (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023:111).

Bu minvalde Fırat’ı Keşfet çerçevesinde başlatılan faaliyetlerin önümüzdeki süreç için önemli fırsatlar oluşturduğu düşünülmektedir. Fırat’ı Keşfet kapsamında yapılan faaliyetler; “Araştırma ve Analiz”, “İş Birliği ve Koordinasyon”, “Kurumsal ve Beşeri Sermaye Artırımı” ile “Tanıtım ve Yatırıma Destek” olmak üzere dört ana bileşende değerlendirilmiştir.

“Araştırma ve Analiz” kapsamında bölgenin değerlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan rota çalışmalarının bölgedeki turizm alternatiflerinin ortaya çıkarılması noktasında önem arz ettiği düşünülmekte olup önümüzdeki süreçte bölgenin yerel halkının da gelir elde etmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Nitekim ilgili rotalarda yerel rehberlerin görev yapmaya başladığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte turizm memnuniyet analizi çalışması hedef kitlenin ihtiyaçları çerçevesinde bölgenin eksikliklerinin giderilmesi bağlamında kritik bir rol oynamaktadır.

“İş Birliği ve Koordinasyon” kapsamında oluşturulan yönetim ağı destinasyon yönetiminin en önemli unsurlarından birisi olup bölge içinde ve bölge dışında hayata geçirilen faaliyetlerde aktif bir rol oynadığı gözlemlenmiştir. Dolayısı ile bu yapının daha kurumsal bir hale getirilmesi önem arz etmektedir.

“Kurumsal ve Beşeri” sermaye artırımına yönelik düzenlenen eğitimlere bağlı olarak belli başlıklarda yetkinliklerin artırıldığı görülmüştür. Ancak bu alanda sektörün ihtiyaç duyduğu insan kaynağının geliştirilmesine yönelik yeterince çalışma yapılmadığı gözlemlenmiştir.

“Tanıtım ve Yatırıma Destek” faaliyetleri çerçevesinde bölge tanıtımına yönelik ortak bir kimliğin oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, sağlanan finansal desteklerin gerek altyapısal eksikliklerin giderilmesinde gerekse de turizm ürünlerinin artırılmasında etkin bir rol oynadığı gözlemlenmiştir.

Geçtiğimiz dönemde yapılan faaliyetler değerlendirildiğinde geliştirilmesi gereken unsurlar olduğu aşikârdır. Bu minvalde, üç temel bileşende gerçekleştirilecek faaliyetlerin bölge turizminin geliştirilmesi açısından önem arz ettiği düşünülmektedir.

Malatya, Elazığ, Bingöl ve Tunceli illerini kapsayan TRB1 bölgesini oluşturan ölçekte geliştirilen çalışmalar destinasyonun bir bütün halinde tanıtımının yapılarak pazarlanması bağlamında önem arz etmektedir. Bölgenin altyapısal eksikliklerinin giderilmesine yönelik

hayata geçirilen projeler, destinasyona dair kurumsal kimlik çalışmaları, illerin potansiyelini etkinleştirme dâhilinde yapılan faaliyetlerin oluşturduğu birikimin bölgedeki turizm farkındalığının oluşturulmaya başlaması anlamında katkı sağladığı değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, Fırat Kalkınma Ajansı öncülüğünde başlatılan Fırat'ı Keşfet projesi ile destinasyon yönetiminin ilk adımlarının atılmış olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Bölgenin markalaşarak turizm gelirlerinin artması bölgenin topyekûn kalkınmasına da katkıda bulunacaktır. Dolayısı ile projenin etkinliğinin artırılmasına yönelik paydaş yönetimi odağında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini çeşitlendiren tedbirler geliştirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

İlk olarak, Fırat'ı Keşfet projesinin belediyeler, il kültür ve turizm müdürlükleri ile başta acenteler ve oteller olmak üzere tüm paydaşlar tarafından sahiplenilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, gerek iç gerekse de dış paydaş iletişiminin etkin olarak hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. Örneğin, ajans yönetim kurulunda yer alan il belediyelerinin web sitelerinin hiç birinde Fırat'ı Keşfet web sayfasına yönlendiren bir link bulunmamaktadır. İç paydaş iletişimini artırılarak projenin sahiplenilmesi noktasında düzenlemeler yapılmasını sağlamak bölge değerlerinin yayılımı ve içselleştirilmesi açısından kritik rol oynamaktadır. Bu minvalde, bölgeye dair yapılan bütün tanıtım faaliyetlerinde Fırat'ı Keşfet ön plana çıkarılmalı ve paydaşlar ortak bir ajanda doğrultusunda yönetim modelinin uygulandığı bir doğrultuda hareket etmelidir. Aksi takdirde destinasyonun gelişimine dair yapılan çalışmaların nihai amacına erişemeyeceği değerlendirilmektedir. Dolayısı ile bir paydaş yönetim planı çerçevesinde Turizm Yönetişim Ağı kapsamında yapılan çalışmaların paydaşlarla koordineli olarak artırılması gerektiği düşünülmektedir.

İkinci olarak, projenin gerek ulusal gerekse de uluslararası tanıtımı önem arz etmektedir. Bu çerçevede, sosyal medya platformlarının aktif kullanımının devam etmesi ve pazarlara göre

çeşitlendirilmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Örneğin, Nisan 2024 itibarıyla yaklaşık 30 bin takipçisi olan instagram hesabının daha geniş kitlelere duyurulması açısından pazar odaklı sponsorluk anlaşmaları yapılabilir. Turizm sayfaları ile iş birliği faaliyetleri geliştirilerek destinasyonun bilinirliğinin artırılmasına yönelik stratejiler geliştirilebilir. Bununla birlikte hem ağ oluşturma hem de tanıtım açısından önemli etkileri bulunan ulusal ve uluslararası fuarlara katılım sağlanması projenin ve buna bağlı olarak da destinasyonun tanıtımı açısından elzemdir.

Son olarak, Fırat'ı Keşfet hâlihazırda yapılan bütüncül çalışmalar çerçevesinde bir temel oluşturmuş olmakla birlikte projenin sürdürülebilirliğine yönelik tedbirler geliştirilmesi ve bu bağlamda oluşan farklı koşullar çerçevesinde karşılaşması muhtemel risklerin önüne geçilebilmesi için kritik rol oynadığı bir risk planı oluşturulmalıdır. Yakın geçmişteki tecrübeler özellikle pandemi ve savaş gibi durumların turizm sektörünü müthiş bir şekilde kırılgan hale getirdiğini göstermiştir. Bu yönde neler yapılabileceğine dair bir yol haritası oluşturulmasının önümüzdeki süreç için belirleyici olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Baggio, R., Scott, N., & Cooper, C. (2010). Improving tourism destination governance: a complexity science approach. *Tourism Review*, 65(4), 51-60.
- Banerjee, O., Cicowiez, M., & Gachot, S. (2015). A quantitative framework for assessing public investment in tourism—An application to Haiti. *Tourism Management*, 51, 157-173.
- Barreal, J., Vena-Oya, J., & Mercadé-Melé, P. (2023). Addressing regional tourism policy: Tools for sustainable destination management. *Journal of Vacation Marketing*, 13567667231179756.
- Bateman, P. W., & Fleming, P. A. (2017). Are negative effects of tourist activities on wildlife over-reported? A review of assessment methods and empirical results. *Biological Conservation*, 211, 10-19.
- Baum, T., & Szivas, E. (2008). HRD in tourism: A role for government? *Tourism Management*, 29(4), 783-794. doi:10.1016/j.tourman.2007.09.002
- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559.
- Bazargani, R. H. Z., & Kiliç, H. (2021). Tourism competitiveness and tourism sector performance: Empirical insights from new data. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 73-82.
- Berbekova, A., Uysal, M., & Assaf, A. G. (2022). Toward an assessment of quality of life indicators as measures of destination performance. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1424-1436.
- Beritelli, P., & Bieger, T. (2014). From destination governance to destination leadership—defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective. *Tourism Review*, 69(1), 25-46.

- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. B. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of travel research*, 43(4), 328-338.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. doi:10.1016/S0261-5177(99)00095-3
- Butler, R. W., & Dodds, R. (2022). Overcoming overtourism: a review of failure. *Tourism Review*, 77(1), 35-53.
- Calero, C., & Turner, L. W. (2020). Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 26(1), 3-26.
- Carbone, F. (2016). An insight into cultural heritage management of tourism destinations. *European Journal of Tourism Research*, 14, 75-91.
- Carlisle, S., Ivanov, S., & Dijkmans, C. (2023). The digital skills divide: evidence from the European tourism industry. *Journal of Tourism Futures*, 9(2), 240-266.
- Carlsen, J. (1999). A systems approach to island tourism destination management. *Systems Research and Behavioral Science: The Official Journal of the International Federation for Systems Research*, 16(4), 321-327.
- Cheng, L., & Zhang, J. (2020). Is tourism development a catalyst of economic recovery following natural disaster? An analysis of economic resilience and spatial variability. *Current Issues in Tourism*, 23(20), 2602-2623.
- Coban, G., & Yildiz, O. S. (2019). Developing a destination management model: Case of Cappadocia. *Tourism Management Perspectives*, 30, 117-128.
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909.
- Costa, T., & Lima, M. J. (2018). Cooperation in tourism and regional development. *Tourism & management studies*, 14(4), 50-62.

- Couture, A., Arcand, M., Sénécal, S., & Ouellet, J. F. (2015). The influence of tourism innovativeness on online consumer behavior. *Journal of Travel Research*, 54(1), 66-79.
- Cox, N., Gyrd-Jones, R., & Gardiner, S. (2014). Internal brand management of destination brands: Exploring the roles of destination management organisations and operators. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(2), 85-95.
- Curtin, S. (2013). Lessons from Scotland: British wildlife tourism demand, product development and destination management. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(3), 196-211.
- Dana, L. P., Gurau, C., & Lasch, F. (2014). Entrepreneurship, tourism and regional development: a tale of two villages. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(3-4), 357-374.
- Durgun, A. (2021). Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler. *Bartın Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 79-95.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2003). Inter-industry effects of tourism growth: implications for destination managers. *Tourism Economics*, 9(2), 117-132.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14(4), 532-550.
- Ezeah, C., Fazakerley, J., & Byrne, T. (2015). Tourism waste management in the European Union: Lessons learned from four popular EU tourist destinations. *American Journal of Climate Change*, 4(5), 431-445.
- Ferri, M. A., & Aiello, L. (2017). Tourism destination management in sustainability development perspective, the role of entrepreneurship and networking ability: Tourist Kit. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(5-6), 647-664.

- Fırat'ı Keşfet. (2024). Rotalar. <https://www.firatikesfet.com/tr/rotalar>. (Erişim Tarihi: 02.04.2024).
- FKA. (2022). FKA 2021 Yılı Faaliyet Raporu. https://fka.gov.tr/sharepoint/userfiles/Icerik_Dosya_Ekleri/FAALIYET_RAPORLARI/FKA%202021%20Yılı%20Faaliyet%20Raporu.pdf. (Erişim Tarihi: 05.05.2024).
- FKA. (2022). TRB1 Bölgesi Turizm Memnuniyet Analizi. <https://fka.gov.tr/dokuman-merkezi-detayi-146493633741>. (Erişim Tarihi: 07.04.2024).
- FKA. (2024). Fizibilite ve Ön Fizibilite Raporları. <https://fka.gov.tr/dokuman-merkezi-detayi-146493633741>. (Erişim Tarihi: 05.04.2024)
- FKA. (2024b). FKA 2023 Yılı Faaliyet Raporu. https://fka.gov.tr/sharepoint/userfiles/Icerik_Dosya_Ekleri/FAALIYET_RAPORLARI/Firat%20Kalkınma%20Ajansı%202023%20Yılı%20Faaliyet%20Raporu.pdf. (Erişim Tarihi: 05.05.2024).
- Frechtling, D. C., & Horváth, E. (1999). Estimating the multiplier effects of tourism expenditures on a local economy through a regional input-output model. *Journal of Travel Research*, 37(4), 324-332.
- Fyall, A., & Garrod, B. (2020). Destination management: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 165-169.
- Gomez-Lopez, C. S., & Barron-Arreola, K. S. (2019). Impacts of tourism and the generation of employment in Mexico. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 26(2), 94-114.
- Gowreesunkar, V., & Seraphin, H. (2019). Conclusion: local communities' quality of life: what strategy to address overtourism?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 627-633.

- Gössling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (2009). *Sustainable tourism futures: Perspectives on systems, restructuring and innovations*. Routledge. doi:10.4324/9780203885589
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management, 33*(1), 1-15.
- Gössling, S., Ring, A., Dwyer, L., Andersson, A. C., & Hall, C. M. (2016). Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 24*(4), 527-548.
- Güven, F. (2022). Covid-19'un yarattığı zorunlu dijital dönüşüm ve yeni normalde perakendecilik. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 12*(4), 1941-1961.
- Hadjielias, E., Christofi, M., Christou, P., & Drotarova, M. H. (2022). Digitalization, agility, and customer value in tourism. *Technological Forecasting and Social Change, 175*, 121334.
- Haid, M., Albrecht, J. N., & Finkler, W. (2021). Sustainability implementation in destination management. *Journal of Cleaner Production, 312*, 127718.
- Hall, C. M. (2010). Tourism and biodiversity: more significant than climate change?. *Journal of Heritage Tourism, 5*(4), 253-266.
- Hanafiah, M. H., & Zulkifly, M. I. (2019). Tourism destination competitiveness and tourism performance: A secondary data approach. *Competitiveness Review: An International Business Journal, 29*(5), 592-621.
- Hanafiah, M. H., Hemdi, M. A., & Ahmad, I. (2016). Tourism destination competitiveness: Towards a performance-based approach. *Tourism Economics, 22*(3), 629-636.

- Harrington, R. D. (2021). Natural disasters, terrorism, and civil unrest: crises that disrupt the tourism and travel industry-a brief overview. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(3), 392-396.
- Hartman, S., Wielenga, B., & Heslinga, J. H. (2020). The future of tourism destination management: building productive coalitions of actor networks for complex destination development. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 213-218.
- Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211-239.
- Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2007). Destination image and destination personality. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 62-81.
- Hudson, S. (2022). *International case studies on tourism destination management and COVID-19: Impacts and responses*. Routledge.
- Hung Lee, T., Jan, F. H., & Lin, Y. H. (2021). How authentic experience affects traditional religious tourism development: Evidence from the Dajia Mazu Pilgrimage, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 60(5), 1140-1157.
- Ivona, A., Rinella, A., Rinella, F., Epifani, F., & Nocco, S. (2021). Resilient rural areas and tourism development paths: A comparison of case studies. *Sustainability*, 13(6), 3022.
- Jin, L., He, Y., & Song, H. (2012). Service customization: To upgrade or to downgrade? An investigation of how option framing affects tourists' choice of package-tour services. *Tourism Management*, 33(2), 266-275.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1021-1032.

- Khan, M. R., Khan, H. U. R., Lim, C. K., Tan, K. L., & Ahmed, M. F. (2021). Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model. *Sustainability*, *13*(21), 12156.
- Komppula, R. (2016). The role of different stakeholders in destination development. *Tourism Review*, *71*(1), 67-76.
- LaPan, C., & Barbieri, C. (2014). The role of agritourism in heritage preservation. *Current Issues in Tourism*, *17*(8), 666-673.
- Larsen, R. K., Calgaro, E., & Thomalla, F. (2011). Governing resilience building in Thailand's tourism-dependent coastal communities: Conceptualising stakeholder agency in social-ecological systems. *Global Environmental Change*, *21*(2), 481-491.
- Linneker, B., & Spence, N. (1996). Road transport infrastructure and regional economic development: The regional development effects of the M25 London orbital motorway. *Journal of Transport Geography*, *4*(2), 77-92.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism Management*, *27*(1), 159-170.
- Lopes, A. P. F., Muñoz, M. M., & Alarcón-Urbistondo, P. (2018). Regional tourism competitiveness using the PROMETHEE approach. *Annals of Tourism Research*, *73*, 1-13.
- Luo, W. (2018). Evaluating tourist destination performance: Expanding the sustainability concept. *Sustainability*, *10*(2), 516.
- Lusetyowati, T. (2015). Preservation and conservation through cultural heritage tourism. Case study: Musi Riverside Palembang. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *184*, 401-406.
- Ma, L., & Lew, A. A. (2012). Historical and geographical context in festival tourism development. *Journal of Heritage tourism*, *7*(1), 13-31.

- Ma, S., He, Y., & Gu, R. (2021). Joint service, pricing and advertising strategies with tourists' green tourism experience in a tourism supply chain. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102563.
- Mandic, A., & Kennell, J. (2021). Smart governance for heritage tourism destinations: Contextual factors and destination management organization perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100862.
- Manhas, P. S., Manrai, L. A., & Manrai, A. K. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29.
- Markowski, J., Bartos, M., Rzenca, A., & Namiecinski, P. (2019). An evaluation of destination attractiveness for nature-based tourism: Recommendations for the management of national parks in Vietnam. *Nature Conservation*, 32, 51-80.
- Meriläinen, K., & Lemmetyinen, A. (2011). Destination network management: a conceptual analysis. *Tourism Review*, 66(3), 25-31.
- Mikulić, J., Krešić, D., Prebežac, D., Miličević, K., & Šerić, M. (2016). Identifying drivers of destination attractiveness in a competitive environment: A comparison of approaches. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(2), 154-163.
- Miličević, K., Mihalić, T., & Sever, I. (2017). An investigation of the relationship between destination branding and destination competitiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(2), 209-221.
- Moeller, T., Dolnicar, S., & Leisch, F. (2011). The sustainability–profitability trade-off in tourism: can it be overcome?. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 155-169.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Piggott, R. (2003). Destination branding and the role of the stakeholders: The case of New Zealand. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 285-299.
doi:10.1177/135676670300900307

- Morrison, A. M., Cheah, J. H., & Kumar, R. (2024). A destination performance measurement framework: exploring the relationships among performance criteria and revisit intentions. *Current Issues in Tourism*, 1-19.
- Munar, A. M. (2012). Social media strategies and destination management. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(2), 101-120.
- Nawaz, M. A., & Hassan, S. (2016). Investment and Tourism: Insights from the literature. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(4), 581-590.
- OECD. (2022). OECD Tourism Trends and Policies 2022, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>.
- Pascariu, G. C., Ibănescu, B. C., Nijkamp, P., & Kourtit, K. (2021). Tourism and economic resilience: Implications for regional policies. *Tourism and Regional Science: New Roads*, 129-147.
- Pearce, D. G. (2016). Destination management: plans and practitioners' perspectives in New Zealand. *Tourism Planning & Development*, 13(1), 52-71.
- Pedrana, M. (2013). Local economic development policies and tourism: An approach to sustainability and culture. *Regional Science Inquiry Journal*, 5(1), 91-99.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Elsevier Publishing.
- Pike, S. (2009). Destination brand positions of a competitive set of near-home destinations. *Tourism Management*, 30(6), 857-866.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202-227.
- Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of hospitality, tourism and leisure science*, 3(1), 1-16.

- Prideaux, B., & Cooper, C. (2003). Marketing and destination growth: A symbiotic relationship or simple coincidence?. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1), 35-51.
- Pulido-Fernández, J. I., Andrades-Caldito, L., & Sánchez-Rivero, M. (2015). Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 47-64.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(3), 465-476.
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2019). Food tourism and regional development: A systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21(1), 33-49.
- Rasovska, I., Kubickova, M., & Ryglova, K. (2021). Importance–performance analysis approach to destination management. *Tourism Economics*, 27(4), 777-794.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
doi:10.1016/j.tourman.2005.06.002
- Rodríguez Díaz, M., & Espino Rodriguez, T. F. (2016). Determining the sustainability factors and performance of a tourism destination from the stakeholders' perspective. *Sustainability*, 8(9), 951.
- Rokicki, B., & Stępnik, M. (2018). Major transport infrastructure investment and regional economic development—An accessibility-based approach. *Journal of Transport Geography*, 72, 36-49.
- Rosselló, J., Becken, S., & Santana-Gallego, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: A global analysis. *Tourism Management*, 79, 104080.
- Santa-Cruz, F. G., & López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and world heritage sites. *Tourism Management Perspectives*, 24, 111-116.

- Sharpley, R. (2002). Tourism: A vehicle for development. *Tourism and development: Concepts and issues*, 2, 11-34.
- Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist Studies*, 2(2), 183-201.
- Sigala, M. (2014). Evaluating the performance of destination marketing systems (DMS): stakeholder perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(2), 208-231.
- Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning. *Tourism Management*, 15(2), 98-108.
- Stankova, M., & Vassenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120-127.
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2023). On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028). [Çevrimiçi:https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/12/On-Ikinci-Kalkinma-Plani_2024-2028_11122023.pdf] (Erişim Tarihi: 02.05.2024).
- Stylos, N., Zwiendelaar, J., & Buhalis, D. (2021). Big data empowered agility for dynamic, volatile, and time-sensitive service industries: The case of tourism sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1015-1036.
- Teixeira, S. J., & Ferreira, J. J. (2019). Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 652-673.
- Tkalec, M., & Vizek, M. (2016). The price tag of tourism: Does tourism activity increase the prices of goods and services?. *Tourism Economics*, 22(1), 93-109.
- Tsai, C. H., Wu, T. C., Wall, G., & Linliu, S. C. (2016). Perceptions of tourism impacts and community resilience to natural disasters. *Tourism Geographies*, 18(2), 152-173.
- Tuohino, A., & Konu, H. (2014). Local stakeholders' views about destination management: who are leading tourism development?. *Tourism Review*, 69(3), 202-215.

- Van Niekerk, M. (2014). The role of the public sector in tourism destination management from a network relationship approach. *Tourism Analysis*, 19(6), 701-718.
- Volgger, M., & Pechlaner, H. (2014). Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success. *Tourism Management*, 41, 64-75.
- Wang, Y. C. (2011). Destination marketing and management: scope, definition and structures. In *Destination marketing and management: Theories and applications* (pp. 1-20). Wallingford UK: CABI.
- Watson, P., & Deller, S. (2022). Tourism and economic resilience. *Tourism Economics*, 28(5), 1193-1215.
- Woodside, A. G., & Wilson, E. J. (2003). Case study research methods for theory building. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(6/7), 493-508.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244-249.
- Xue, E. Y. (2022). Tourism as creative destruction: Place making and resilience in rural areas. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(6), 827-841.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research: Design and methods*. Sage.Publication.
- Zhang, N., Ren, R., Zhang, Q., & Zhang, T. (2020). Air pollution and tourism development: An interplay. *Annals of Tourism Research*, 85, 103032.
- Zhang, T., Chen, Y., Wei, M., & Dai, M. (2022). How to promote residents' collaboration in destination governance: A framework of destination internal marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 24, 100710.