



Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi
International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences
E-ISSN: 2602-4411, 8(1): 01 -16, 2024, www.ijtebs.org

TURİZM ENDÜSTRİSİNİN KAMU DEĞERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Buket Buluk Eşitti
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Turizm Fakültesi, Çanakkale
bulukbuket@comu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-5646-6166>

Lokman Güzel
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enst., Turizm İşletmeciliği ABD, Çanakkale
lkmn.gzll@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6682-2088>

Sorumlu Yazar
E-mail: bulukbuket@comu.edu.tr

Geliş Tarihi: 08.02.2024
Kabul Tarihi: 02.05.2024

Özet

Kamu hizmetinin bir sonucu olan ve altında ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve ekolojik değer boyutları bulunan kamu değeri, kamu yararı için kamusal alan içerisinde yer alan tüm paydaşların katılımı ile üretilmektedir. Sanayi devriminden sonra sürekli gelişen turizm, ekonomik ve sosyolojik anlamda yönetim alanında etkili bir endüstridir. Ülkeler, özellikle ekonomik açıdan turizm endüstrisine önem vermektedir. Turizm, birçok ekonomik katkıyla beraber kamusal anlamda da gelişim sağlamaktadır. Ülkeler, dış ilişkilerindeki oluşumların birçoğunu turistik anlamda iş birliği içerisinde olmaya borçlu olabilmektedir. Bu nedenle ülkeler kamusal gelişim ve kamusal değer yaratmak için yeni turistik politikalar geliştirmektedir. Turistik açıdan gelişmiş ülkeler geliştirdikleri politikaları makro açıdan mikro açığa, yerel yönetimlere kadar indirgemektedir. Yerli ve yabancı alanyazın incelendiğinde, turizmin kamu değerine etkilerini doğrudan inceleyen bir çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın gelecekte konuya yönelik yapılacak araştırmalara yol göstereceği düşüncesinden hareketle çalışma kapsamında turizmin ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri, turizm endüstrisinin Türkiye'nin ekonomisi ve kalkınması içindeki yeri ve önemi konuları ele alınmış, turizmin kamu değerine etkileri ikincil kaynaklar aracılığıyla incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kamu Yararı, Kamu Hizmeti, Kamu Değeri, Turizm

AN EVALUATION ON THE PUBLIC VALUE OF TOURISM

Abstract

Public value, which is a result of public service and has economic, political, socio-cultural and ecological value dimensions, is produced with the participation of all stakeholders in the public space for the public benefit. Tourism, which has been developing continuously since the industrial revolution, is an effective sector in the field of economic and sociological management. Countries give importance to the tourism sector in terms of economy. Along with many economic contributions, tourism also provides development in the public sense. Countries may owe most of the formations in their foreign relations to cooperation in the touristic sense. For this reason, countries develop new tourism policies to create public development and public value. Touristically developed countries reduce the policies they develop from macro perspective to micro perspective, to local governments. When the domestic and foreign literature is examined, it is seen that there is no study directly examining the effects of tourism on public value. In this context, with the idea that the study will lead to future research on the subject, the economic, political, socio-cultural and environmental effects of tourism, the place and importance of the tourism industry in Turkey's economy and development are discussed, and the effects of tourism on public value are examined through secondary sources.

Keywords: Public Benefit, Public Service, Public Value, Tourism

1. GİRİŞ

Kamu değeri, hizmetler, yasal düzenlemeler ve diğer faaliyetler yoluyla hükümetin yarattığı değer olarak tanımlanmaktadır. Kamu değeri kavramında yer alan değer olgusu, tekil kullanımdan farklı olarak bir "kıymet" veya "fayda" olarak algılanmamalıdır. Buradaki değerler, neyin arzu edilen ve neyin iyi olduğu ya da olmadığı konusunda paylaşılan ve önem atfedilen kalıcı inanç veya idealler olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer ifade ile mevcut araçlar veya amaçlar arasında yapılan seçimleri etkileyen kalıcı inançlardır. Kamu değeri yüksek yatırımların yapıldığı ülkelerde genellikle turizm talebi de yüksek olmaktadır. Bunun dışında,

turizme olan talebi etkileyen birçok değişken vardır. Bu değişkenler şu şekilde ele alınmaktadır; sosyal, çevresel, politik, ekonomik ve psikolojiktir (Bahar ve Kozak, 2013). Turizme olan talebi etkileyen bu değişkenler turizm hareketine katılan kişiler tarafından önem arz edebilmektedir. Fakat ekonomik, sosyo-kültürel ve politik değişkenler turizm talebi açısından daha fazla öneme sahip olabilmektedir. Turizme olan talebi belirleyen en başlıca konu, ülkenin ekonomik ve politik istikrarının oturmuş olması ve turizmde sosyo-kültürel istikrarın sağlanmış olmasıdır. Bu konularda güçlenmiş ve turizm endüstrisine verdiği önemi arttıran ülkeler buldukları pazarda rakiplerine karşı avantajlar elde edebilmektedir. Diğer bir deyişle, bir ülkede gelişmişlik düzeyi arttıkça gelişmişlik düzeyi ile kamu değeri arasındaki ilişkinin paralel yönlü olmasına yönelik olarak kamu değeri oluşumu da artmakta (Sevinç Çubuk, 2021), artan kamu değeri dolayısıyla turizme olan talepte de artış sağlamaktadır.

Turizmin uzun vadeli sürdürülebilirlik göstermesi, geliştirilmesi ve uygulanması kamu değeri oluşturmasıyla sağlanabilmektedir. Örnek olarak, turizmde belirli bölgelerde çalışanların politika yapımında etkilerinin çok az olduğu ve sadece fikirlerine başvurulduğu gözlemlenmektedir (Joppe, 2018: 203). Endüstride liderlik edenlerin politikalarda varlığının daha fazla ön planda olduğu ve politikalara etkilerinin daha fazla olabildiği görülmektedir. Turistik açıdan gelişmiş olan yerel yönetimlerde politikalar veya planlamaların ise turizmin kamusal değerine katkı sağlaması beklenmektedir (Hall ve Jenkins, 2004). Turizm endüstrisinde birçok söz sahibi otoritenin bulunması ve onların görüşleriyle oluşturulan turizm politikaları, doğrudan veya dolaylı yoldan söz sahiplerini ve söz sahibi olmayanları da etkilemektedir (Krutwaysho ve Bramwell, 2010). Turizm endüstrisi ayrıca turistik faaliyet içerisinde olanları, turizm yatırımcılarını ve turizm alanında hizmet sunan çalışanları da kapsamaktadır. Bu kapsamda turizm endüstrisinin çok karmaşık bir yapıya sahip olduğu gözlemlenmektedir. Bu karmaşık yapı nedeniyle turizm paydaşlarının yönetim politikalarından ve turizm politikalarından beklentileri farklılaşabilmekte, böylece turizmin kamu değerine yapması gereken katkı düzeylerine yönelik beklentilerde de farklılaşmalar ortaya çıkabilmektedir (Ağbay ve Karakılçık, 2020).

Turistik açıdan gelişmiş olan ülkelerde geliştirilen politikalar veya planlamaların, turizm yararına ve turizmin değerine katkı sağlaması beklenen bir sonuçtur. Kamu değeri oluşturulacak bu politikalarda kamu yönetiminde turizm masası, turizm temsilcisi, yerel yönetimde üniversite turizm temsilcisi, turistik faaliyet temsilcisi, kent turizm kalkınma faaliyet temsilcisi gibi birçok muhatap bulunmaktadır (Akyol ve Zengin, 2021). Ülke yönetimlerinin turizm açısından geliştirdikleri politikalar ile eylemler ve planlar oluşturulurken, bahsi geçen unsurların ne olduğu, kimlerin söz sahibi olduğu, yerel yönetimlerin turizm açısından nasıl varlık göstermesi gerektiği gibi tartışma konularına yer verilmektedir. Kamu değeri açısından turizm endüstrisinde yapılacak politikaların ve yönetim planlamalarının kamu değeri oluşturma rotasında olması nedeniyle yerel yönetimlerde turizm açısından fayda sağlayacağı öngörülmektedir (Connell, Page ve Bentley, 2009). Yerli ve yabancı alanyazın incelendiğinde, turizmin kamu değerine etkilerini doğrudan inceleyen bir çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada, turizmin kamu değerine etkileri ve turizm endüstrisi paydaşları ile kamu değeri arasındaki ilişki ele alınmış olup kamu değeri açısından turizm endüstrisinin yeri ve önemi incelenmiştir. İkincil kaynaklardan yararlanılan çalışma kapsamında ayrıca turizmin ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri irdelenmiştir. Beraberinde, turizm endüstrisinin Türkiye'nin ekonomisi ve kalkınması içindeki yeri ve önemi konularına da yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizm Endüstrisinin Ekonomik, Sosyo-Kültürel, Politik ve Çevresel Etkileri

İnsanlar zaman içinde birçok nedenden dolayı buldukları alanı terk etme, sürekli bir alan değiştirme halinde bulunmuşlardır. Bu açıdan ele alındığında turizm kavramı, günümüzde birçok insanın gündelik yaşam alanlarını terk edip farklı yaşam alanlarında geçirdikleri süre ve bu alanlara yönelik yaptıkları hareketler bütünü olarak tanımlanabilir. Alanyazın incelendiğinde ise turizm kavramının, insanların çalışma ve ikamet ettikleri evlerinin bulunduğu alan dışına yaptıkları seyahat ve konaklama ile ortaya çıkan ilişki ve turistik hareketler bütünü olarak tanımlandığı görülmektedir (Bahar, 2010: 29). Turizme yönelik kavramsal olarak yapılan bu tanım, Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST) tarafından da benzer şekilde ifade edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2001:13)

tarafından ise turizm kavramının, konaklamada süreklilik oluşturmayan, bireylerin kâr amacı gütmeyen geçici süre ile konaklama ve zaman geçirme sürecinde oluşan olaylar ve ilişkilerin tümü şeklinde tanımlandığı görülmektedir.

Ülkelerin ekonomik yapılarına yaptığı olumlu etkiler, turizmde gelişme gösteren ülkeler tarafından benimsenmesi ve desteklenmesi, turizm endüstrisinin önemli bir endüstri haline gelmesinde rol oynamaktadır. Ekonomik anlamda ülkelere olan katkılarından dolayı turizm endüstrisinin çevresel ve sosyo-kültürel açıdan da olumlu şekilde katkılar sağladığı düşünülmektedir. Günümüzde yapılan araştırmalar incelendiğinde, turizm endüstrisinin geçmişte ele alındığı duruma karşın etkisiz, zararsız ve kâr marjı düşük bir seçenek olmadığı görülmektedir (Gürbüz, 2002). Turizmin ülkelerde yaratmış olduğu ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel etki ile beraber ülkelerin sahip olduğu sosyal değerleri, aile yapısını, güvenliğini, bireysel davranışlarını, ahlaki yapısını, sanatsal faaliyetlerini ve temel olarak toplumun sosyal yapısını da etkilediği belirtilmektedir (Brunt ve Courtney, 1999). Turizm endüstrisinin ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerinin ortaya çıkardığı katkılar arasında doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilirlik kavramının benimsenmesi, arkeolojik alanlara yaptığı katkıların artması ve korunması, tarihi kalıntıların gün yüzüne çıkarılması ve farkındalığını artırarak dünya alanyazınına katkı sağlamak gibi unsurlar yer almaktadır. Buna ek olarak, turizm endüstrisinin gelişmesiyle ülke genelinde altyapı ve üst yapının gelişimi ve bu unsurlara yönelik ihtiyaçlar giderilmektedir. Ayrıca, ülkeler arasında politik açıdan sosyal ve beşerî ilişkilerin güçlenmesi, ülke kültürlerinin tanıtılması, diğer ülkelerin kültürlerinin tanınması turizm endüstrisi sayesinde olabilmektedir (Akdu ve Öktem, 2019).

Ekonomik açıdan etkileri ele alındığında turizm endüstrisinin ülkelerin ekonomisine dolaylı veya doğrudan katkılar sağlayabildiği belirtilmektedir (Kılıç ve Ünzüle, 2018). Turizm endüstrisinin ülkelerin istihdamını arttırması, döviz girişlerinin sağlanması, ithalat ve ihracat dengesine katkıda bulunması, milli gelirlerin artmasını sağlaması, mikro açıdan ülke bölgelerinin kalkınmasını desteklemesi ve ekonomik hareketliliği canlandırması gibi unsurlar turizmin ekonomik etkileri arasında sıralanabilmektedir (Ulutürk, 1998; Ennew, 2003).

Turizm endüstrisinin insan temelli bir endüstri olduğundan ve insan hareketliliği temel alındığından dolayı sosyo-kültürel etkisinin olmamasının imkânsız olduğu belirtilmektedir (Aliağaoğlu, 2004). Turizm hareketine katılan yerli ve yabancı turistler ziyaret ettikleri destinasyondaki insanlarla ilişki içinde olduklarından yerel halkı ve çalışanları etkilemektedirler. Bu nedenle turizm hareketlerinde sosyo-kültürel yapı iç içe geçebilmektedir. Bu noktada turizmin sosyo-kültürel etkilerinin aşağıda yer alan belirli unsurlar altında incelenebileceğini söylemek mümkündür (Doğan, 1989; Gjerald, 2005; Zamani-Farahani ve Musa, 2012).

- Ziyaret eden turist sayısı
- Destinasyonda bulunma süresi
- Gelen turistlerin geldikleri yer
- Gelen turistlerin ekonomik özellikleri
- Gelen turistlerin etkinliği
- Ülkenin demografik özellikleri
- Ülke ekonomisi
- Ülke halkının turizme ve turiste bakış açısı
- Ülkenin yapısal özellikleri
- Ülkenin sosyolojik özellikleri

Bahsi geçen unsurlar ele alındığında, turizmin sosyo-kültürel etkisinin geniş çaplı olduğu gözlemlenmektedir (Okech, 2010). Turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri arasında kültürel etkinliklerin artması, sosyal ve kültürel yapının canlanması, yerel mimari yapının korunması ve yenilenmesi, turistik açıdan estetiğin bozulmadan devam etmesi ve bozulmamasının devam etmesi teşvik edilmesi olarak ele alınmaktadır. Turizmde kaynak olarak ele alınan kültürel miraslar, festivaller, gelenekler, görenekler, müzeler ve yerel mutfak kültürlerine turizm aracılığıyla sahip çıkıldığı gözlemlenmektedir (Mbaiwa, 2005).

Sosyo-kültürel etkilerin diğer olumlu etkisi ise sosyo-kültürel değişimlerdir (Kalem ve Deniz, 2018). Burada ele alınan sosyo-kültürel değişim hoşgörüdür. Halk ile turistlerin kendi aralarında beğendikleri kültürleri benimsemeleri, farklı kimliklere saygı göstermeleri, ortak tarihlerine sahip çıkmaları hoşgörünün bir sonucudur. Buna örnek olarak Anzak törenleri gösterilebilir. Bu törenler, turizmde hoşgörünün ve sosyo-kültürel alışverişin en önemli unsurudur (Yalçınkaya, 2022). Turizmin sosyo-kültürel açıdan olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Ülkelerde turistlerin davranış biçimlerindeki bozukluklar, ülke sosyo-kültürünü yok sayarak kendi kültürünü empoze ederek devam ettirmeleri ise kültürel çatışmalara sebebiyet vermektedir. Turizmin geniş çaplı olumsuz sosyo-kültürel etkisi ise küreselleşmedir. Küreselleşme ile belirli standartlarda hizmet vererek kültürel ürünlerin yapısında değişiklikler oluşması, ülkelerin mutfak kültürlerinin yok olmasına sebep olabilmektedir. Örnek olarak Starbucks kahve firmasının İtalya kahve kültürünü bozacağı düşünüldüğünden bazı bölgelerde şubeleşmeye gitmesi yasaklanmıştır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB], 2023).

Çevresel açıdan ele alındığında turizm endüstrisi için çevre önemli bir faktördür (Cibinskiene ve Snieskiene, 2015). Doğal kaynakların koruma altına alınması, arkeolojik çalışmaların desteklenmesi, geçmişten ve günümüzden olan kültür varlıklarının korunması ve çevrenin alt yapının geliştirilmesi turizm için önemli unsurlardandır. Turizmin önemli kaynaklarının temelinde doğal kaynaklar vardır. Turizmin doğal kaynaklarının korunması, geliştirilmesi ve sürdürülebilir hale gelmesi ve gelecek jenerasyonlara aktarılması gerekmektedir. Bu doğrultuda turizmin varlığının devam ettirilmesi için doğal kaynakların korunması büyük ölçüde önem arz etmektedir. Kamusal yönetim açısından Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Türkiye'deki tüm turistik varlıkların kayıtları tutularak koruma altına alınmaktadır. Bu alanların korunması için gerekli teşvikler verilmekte ve turistlerin çevre kirliliğine karşı beklentileri karşılanmaktadır. Gelen turistlerin çevreye karşı duyarlılıklarının yüksek olması ve yerel halkın çevre bilincinin olması çevre kirliliğini azaltmaktadır. Doğadan elde edilen atıklar tekrar değerlendirilerek ve ayrıştırılarak gelir elde edilmekte, böylece ülke ekonomisine katkı sağlanmaktadır. Bu işlerin gerçekleştirilmesinde yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Turizmin olumlu çevresel etkileri anlamında ayrıca alt yapının gelişmesine katkı sağlanması da yer almaktadır (Bertan, 2009).

Turizmin çevresel anlamda birçok olumlu etkisi olmasına karşın olumsuz etkileri de söz konusudur (Özdemir ve Kervankıran, 2011). Genel anlamda turistlerin çevre bilincinin olmaması, çevrenin kendini yenilemesine katkı sağlamaması, olan kaynakları aşırı tüketme ve bilinçsiz kullanım sonucunda tükenmesi turizmin olumsuz çevresel etkileri arasında gösterilebilir. Turizmin olumsuz çevresel etkileri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Demir, 2002; GhulamRabbany vd., 2013; Balsalobre-Lorente vd., 2020):

- Su kaynaklarının bilinçsizce tüketilmesi
- Toprağın aşırı kirlenmesi
- Görüntü kirliliğinin artması
- Atıkların artması
- Biyolojik çeşitliliğinin azalması
- Tarihi ve kültürel alanların zarar görmesi

Politik etkileri açısından turizm endüstrisi, uluslararası ekonomik ve sosyal ilişkiler açısından önemli rol oynamaktadır (Milne ve Ateljevic, 2001). Giderek artan küreselleşme olgusu ile birlikte ülkeler, ortaya çıkan ticaret ağı nedeniyle birbirleriyle önemli bağlar kurmaktadır. Oluşan bu bağlar nedeniyle turizm, ülkelerin sosyo-ekonomik ve politik ilişkilere önem vermesini sağlamaktadır. Turizm endüstrisi ülkelerin politik koşulları için de belirleyici rol oynayabilmektedir. Turizm hareketine katılan turistlerin diğer ülkelere seyahatler düzenlemeleri ve geçici olarak konaklamaları, uluslararası politika açısından politik ilişkileri etkilemektedir (Özcan, 2013).

Yukarıdaki paragraftan hareketle, turizm endüstrisinde yaşanan ilerlemelerin ülkeler arası politik ve ekonomik gelişmeleri de etkilediği anlaşılmaktadır. Uluslararası politik ve ekonomik istikrarın sağlanması, turizmin gelişimini olumlu yönde etkileyebilmektedir (Akat, 1997). Turizm, üst yapı politikalarını geliştirmesi ve ayrıca güvenlik, ülke emniyeti, barış, toplumsal düzen, siyasi istikrar ve ekonomik gelişim sağlayarak ülkenin politik durumuna etki etmektedir. Ülkeler, turizm politikaları açısından gelişim gösterdiklerinde uluslararası turizm pazarında rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlamakla beraber ülke turizm imajını da olumlu yönde ön plana çıkarmaktadır (Cai, 2002).

Son olarak, turizmin olumlu etkilerinin kamu hizmetini arttırmak noktasında da etkili olduğu, kamu hizmeti üretiminin ise kamu değeri yarattığı belirtilebilir. Kamu hizmetleri ile turistik altyapının gelişmesini kısacası turizm arzının oluşmasını sağlayan hizmetler bütünü neticesinde ortaya çıkan kamu değeri, turizme olan talebi de olumlu yönde etkiler (Ulu, 2010). Örneğin, turizmin olumlu sosyo-kültürel etkileri arasında yer alan yaşam kalitesini arttırması, toplumsal bağları güçlendirmesi, kamu hizmetlerinin kalitesini arttırması ve böylece kamu hizmetinin bir sonucu olan kamu değeri oluşumunu sağlaması, aynı zamanda turizme olan talebi de arttıracaktır. Yine, kamu hizmetleri açısından turizmin olumlu çevresel etkilerinden biri de altyapıyı güçlendirmesi etkisidir. Diğer bir ifade ile turizmin gelişmesi sonucunda ortaya çıkan, turistlerin konforunu ve güvenliğini geliştirmek amacıyla yapılan birçok yatırım, yerel halk tarafından da kullanılabilen ve böylece halkın konforunun artmasına katkıda bulunabilmektedir. Turizm talebini de olumlu etkileyen bu durum, aynı zamanda turizmin kamu değerine yaptığı katkıyı göstermesi açısından da önem arz etmektedir (Cavalheiro, Joia ve Cavalheiro, 2020).

2.2. Turizm Endüstrisinin Türkiye Ekonomisi ve Kalkınması İçindeki Yeri ve Önemi

Turizm, küreselleşmenin etkisiyle 20. yüzyılda Dünya ekonomisinde en hızlı gelişim ve değişim gösteren endüstriler arasında yerini almaktadır. Küreselleşmeyle beraber gelişen teknolojik iletişim, ulaşım, konfor, kapasite, küresel çaplı seyahatlerde demokratikleşme, fiyatlandırma, yatırım, sermaye akışı ve finansal banka güvenirliliği uluslararası turizm endüstrisinin gelişmesinde büyük rol oynamıştır (Çeken, Dalgın ve Karadağ, 2008). Yine, uluslararası sınırların kalkması, kültürlerarası etkileşim, ortak dilin oluşması, kültür alışverişi ve turistik ticaret etmenlerin de turizm endüstrisini etkileyen etmenler arasında yer aldığı belirtilmektedir (Çeken ve Ateşoğlu, 2008).

Günümüzde turizm endüstrisi, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler için önemli bir faktör olarak görülmektedir (Bingöl, Pehlivan ve Han, 2020). Gelişmekte olan ülkeler turizm endüstrisini gelir açısından ekonomik güç faktörü olarak görmekte, gelişmiş ülkeler ise mevcut ekonomik dengelerini korumak ve geliştirmek amacıyla dengeleyici ekonomik bir güç olarak değerlendirmektedir. Dünyada turizm endüstrisini benimseyen ülkeler bu endüstriye ciddi yatırımlar yapmakla beraber endüstrinin gelişimi için planlar, politikalar ve stratejiler üretmektedir. Planlar, politikalar ve stratejiler üretirken ülkelerin oluşan turizm pazarında rekabet üstünlüğü kurmaları hedeflenmektedir. Bu hedeflerin gerçekleşmesi neticesinde ülkeler buldukları pazarda gelirlerini arttırmakta ve rakiplerine karşı rekabette sürdürülebilirlik kazanmaktadır (Çelik, 2014).

Türkiye coğrafi konum açısından ele alındığında Afrika, Asya ve Avrupa arasında köprü görevi görmektedir (Aktel ve Kaygısız, 2018). Bu coğrafi yakınlık nedeniyle Türkiye, birçok farklı bölgeyle sıkı temas içinde bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye, coğrafi anlamda kıtalar arası geçiş noktası olmakla beraber turistik açıdan da gelişim gösteren bir ülkedir. Türkiye’de turizm hareketleri sadece deniz-kum-güneş olarak algılansa da Türkiye alternatif turizm alanında da gelişim göstermiştir (Ünal, 2023). Turizm endüstrisi, Türkiye ekonomisinde gelir dengelerindeki önemli rolü sayesinde yatırımlar alan ve kamu tarafından benimsenen bir endüstri haline gelmiştir. Türkiye ekonomisinde önemli roller üstlenen turizm; yatırımlar getiren, ödemeler dengesine katkılar sağlayan, Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) üzerinde olumlu roller üstlenen ve ülke istihdamında önemli ölçüde varlığını hissettiren bir endüstri konumundadır. Turizm endüstrisi ekonomik açıdan Türkiye’de en ufak bir kriz anını aşmasını, dış ticaret açığını kapatmasını, oluşan enflasyonla mücadele etmesini, işsizlik etkenini engellemesini ve ülkenin geleceğe güvenle bakmasını sağlayabilmektedir. Bundan dolayı turizm endüstrisi Türkiye’nin üzerinde önemle durduğu bir endüstri olarak görülmektedir (Çımat ve Bahar, 2003).

Turizm, Dünya ticaretinin birçok alanında ekonomiye etki etmektedir. 2019 yılı baz alınarak ekonomiye 9.170 trilyon dolar katkı sağlayan turizm endüstrisi, dünya ekonomisinin %10,4’ünü oluşturmuş olup 334 milyon insana istihdam sağlamıştır (Yılmaz, 2023). Dünya genelinde dört iş kolundan birine etki ederek yeni iş kollarını destekleyen turizm endüstrisi, Dünya ticaret ağında elde edilen gelirlerin %7,43’ünü oluşturarak 1.466 milyar kişinin turizm hareketine katılımını sağlamıştır. Turizm endüstrisi, seyahatten konaklamaya, ulaşımdan gıdaya, teknolojiden üretime birçok alanda varlık göstermektedir (UNWTO, 2021: 2). Yarattığı 77,6 milyar dolar katma değer ile Türkiye ekonomisinin %11’ini oluşturan turizm endüstrisi 2,6 milyon insana istihdam sağlamakta (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2021a) ve Türkiye’nin 2019 yılı ihracat rakamlarının %16,9’luk kısmını kapsamaktadır (TÜİK, 2021b). Yine, 2019 yılında Türkiye, 51

milyon turist ile dünya ülkeleri sıralamasında altıncı sırada yer alırken (Yılmaz, 2023) turizmden gelir sağlayan dünya ülkeleri sıralamasında ise 34 milyon 500 bin dolar gelir sağlayarak 18. sırada yer almıştır (Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi [WWTC]), 2021: 2-5).

Sonuç olarak beraberinde birçok endüstriyi de etkileyen turizm endüstrisinin ekonomide çarpan etkisi ve katma değer yaratması, işsizlikle mücadele ederek istihdam oluşturması, döviz girdisi sağlaması, ekonomideki cari açığı azaltması, ödemeler dengesini düzenlemesi, ekonominin sürdürülebilir hale gelmesi, gelir dağılımını artırması ve düzenlemesi ile Türkiye ekonomisine doğrudan veya dolaylı yollarla kamu değeri oluşturarak katkı sağlamaktadır (Dilber, 2007; Kozak, 2012). Dolayısıyla yukarıda verilen sayısal veriler neticesinde turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisindeki yeri ve kamu değeri oluşturması açısından oldukça önem arz ettiği belirtilebilir.

2.3. Turizm Endüstrisinde Kamu Değeri

İlk defa Moore (1995) tarafından sistematik olarak ele alınan kamu değeri kavramı, “sezgilere dayalı” ve “teknik yöntem” olarak iki türlü tanımlanmıştır. Sezgilere dayalı yöntemde kamu değeri kavramı, *toplum ve toplum içindeki süreçlerin sonunda bireylerin kamu tarafından yapılmış eylemi veya kamu eylemi sonucunu düşünce olarak değerli görmesi* şeklinde tanımlanırken; teknik yöntem açısından kamu değeri ise, *kamu içinde bulunan kurum veya kuruluşların finansal ve muhasebe alanlarıyla ilişkilendirilmesi* şeklinde tanımlanmıştır (Moore, 2007: 91-92).

Kurum veya kuruluşlar, kamu süreçleri sonucunda finansal açıdan iktisadi ve idari bir yönetim sisteminin kurulması, kamu değeri oluşturabilecek ürünlerin üretilip üretilmediği ya da üretilen ürünün kamu değeri açısından değerinin ne olduğunu kavramayı sağlamaktadır (Moore, 2007). Başka bir deyişle Moore (2007) tarafından geliştirilen yaklaşım, düşüncenin ya da üretilmiş olan ürünün kamu açısından değerinin ölçülmesi ile ilişkilendirilebilmektedir. Kısaca, kamu kurum veya kuruluşlarının ve idari yöneticilerin ürettikleri ürün ölçülebilir olduğunda kamu değeri olarak ele alınmaktadır. Buradan hareketle resmi anlamda turizmde ancak hükümetlerin turizm değeri oluşturabilmek adına turistik koordinasyon, yasama, denetleme ve düzenleme, girişim teşviki ve planlama yapabildiği belirtilebilir. Tüm bunlar neticesinde hükümetlerin ekonomik anlamda destinasyonu şekillendirerek turistik açıdan gerekli olan altyapıyı sağlayabileceklerini, eğitim olanakları sunabileceklerini, kamusal anlamda yararları arttırabileceklerini, turizm endüstrisi için çevreyi ve pazarı inşa edebileceklerini ve pazarlama çalışmalarında önemli rol oynayabileceklerini söylemek mümkündür (Hall, 2009: 247).

Türkiye’de turizm endüstrisinin ekonomik politikalar kapsamında ele alınmasının 1960’lı yıllara kadar dayandığı görülmektedir (Çımat ve Bahar, 2003). 1960 yılıyla beraber Türkiye’de turizm politikaları geliştirilmeye ve teşvikler arttırılmaya başlamıştır. Bu geliştirme ve teşvik politikaları ile kaynak envanterleri çıkarılmış, fiziksel olarak planlamalar yapılmış, teknik açıdan altyapı üstyapı yatırımları yapılmış ve öncü tesisler, konaklama alanları ve hükümet tarafından yat limanları turizme kamu değeri olarak kazandırılmıştır (Acuner, 2006: 29). 1963’ten bu yana ele alındığında turizm endüstrisi aracılığıyla ödemeler dengesinin sürdürülebilirliğini sağlamak, her vatandaşın tatil yapmasını olanaklı kılmak ve istihdam oluşturmak amacıyla Turizm Bakanlığı’nın kurulduğu ve oluşturulan bu kamu değeri sonucunda birçok politika ve planlamanın geliştiği görülmektedir. Yine, 1972’li yıllardan itibaren turizm endüstrisinin kamu değeri olarak oluşturduğu Turizm Bankası, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizm Geliştirme Vakfı (TUGEV) ve Turizm Yatırımcıları Derneği gibi kurum ve kuruluşlar turizm endüstrisine birçok fayda sağlamıştır (Yıldız, 2011).

1960’lı yıllardan itibaren önem kazanan turizm endüstrisinin hedeflerinin, planlarının ve stratejilerinin gelişimi 1980’li yıllara kadar sabit seyir etmiştir (Demirtaş, 2000). 1980’li yıllarda dönemin hükümeti tarafından tekrar ele alınan turizm endüstrisi, 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile beraber günümüze kadar gelişim göstererek ülke ekonomisinde önemli rol oynamıştır. 1982 yılında kabul edilen bu yasa, Türkiye turizmi için bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Bunun nedeni ise ülke yatırımlarının, kıt kaynaklarının ve kamu politikalarının bu doğrultuda tasarlanmış ve yatırımların önünün açılmış olmasından kaynaklanmaktadır (Ay, 2005).

Turizm endüstrisi konaklama, ulaşım, eğlence, seyahat acenteleri, kamu, finans, tarım, hayvancılık, teknoloji ve sağlık gibi birçok endüstri ile doğrudan ilişki halindedir (Özgüç, 1998). Endüstri, kamu değeri açısından pek çok istihdam alanı oluşturarak halka ve hükümete destekle beraber ilişkili olduğu endüstrilerin ulusal anlamda gelişimi için itici bir güç olarak da görülmektedir. Turizm temel olarak emek-yoğun bir endüstri olmasından dolayı diğer endüstrilere göre daha fazla istihdam üzerinde etkili olabilmektedir. Deniz-kum-güneş turizminde sezonluk oluşan turizm talebi doğrudan istidamı etkileyerek istihdam açığını kapatabilmektedir (Çakır, 2002).

Turizm endüstrisinde teknolojik yenilikler kullanılsa da üretilen mal ve hizmetlerin birçoğu insanlar tarafından yapılmaktadır (İlkin ve Dinçer, 1991). Bu kapsamda yerel halk bölgesel veya yöresel üretim yaparak turizm gelirlerine doğrudan katkı sağlamaktadır. Bu katkılar ülke ekonomisinde olumlu gelişmeler sergileyerek ve sürdürülebilirlik kazanarak ülke halkına geri dönmektedir. Turizmin oluşturduğu bu kamu değeri, yerel halktan ülkeye, ülkeden tekrar halka kazanım sağlamaktadır. Turizm bu noktada önemli bir rol oynamaktadır (Gündüz, 2018).

3. YÖNTEM

Yerli ve yabancı alanyazın incelendiğinde, turizmin kamu değerine etkilerini doğrudan inceleyen bir çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın temel amacı, turizmin kamu değerine etkileri ve turizm endüstrisi paydaşları ile kamu değeri arasındaki ilişkinin ele alınması ve kamu değeri açısından turizm endüstrisinin yeri ve öneminin incelenmesidir. Çalışma dahilinde, geniş kapsamlı bilimsel literatür araması yapmak için yararlanılan “Google Akademik” arama motorunda güncel kaynak taraması yapılmak suretiyle ulaşılan ikincil veri kaynakları incelenmiş ve bu kaynaklar aracılığıyla turizmin kamu değeri üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Dolayısıyla çalışmada nitel verilere dayandırılan araştırma yöntemi esas alınmıştır. Çalışma sonucunda ulaşılabilecek bilgiler aracılığıyla yeni çalışma alanlarının oluşturulabileceği ve bu doğrultuda çalışma sonuçlarının gelecek çalışmalara fikir sunabileceği öngörülmüştür.

4. BULGULAR

İkincil veri kaynakları aracılığıyla ulaşılan ve turizmin kamu değeri üzerine etkisini inceleyen araştırmalar yerli ve yabancı alanyazında şu şekilde görülmektedir:

Wu ve Wnag (2024) tarafından yapılan çalışmada, turist taleplerini karşılamak, daha fazla turist çekmek, turizmde sürdürülebilir ve yüksek kaliteli kalkınmayı sağlamak ve turizmdeki kamu hizmetlerinin etkinliğini artırmak için Çin’in Sincan Uygur Özerk Bölgesi’nde hükümet tarafından yönetilen turizm kamu hizmeti sağlayıcılarının kamu değeri oluşturmaya yönelik yöntemleri ziyaretçiler aracılığıyla analiz edilmiştir. Analizler sonucunda Sincan Uygur Özerk Bölgesi’nin turizm kamu hizmetlerinin ziyaretçiler tarafından olumlu değerlendirildiği görülmüştür. Kaydedilen en yüksek memnuniyetin köklü güvenlik güvence mekanizmalarında, en düşük memnuniyetin ise yüz tanıma giriş sistemlerinde olduğu kaydedilmiştir. Analiz sonuçları; kapsamlı trafik yönlendirme tabelaları, akıllı otoparklar, manzaralı alanlar için elektronik hepsi bir arada kartlar, tek tıklamayla kurtarma göstergeleri, ulaşımın karşılanabilirliği ve erişim kolaylığı gibi hususların iyileştirme gerektiren faktörler olduğunu göstermiştir. İyileştirme gerektiren ilgili hususların aynı zamanda kamusal alanı kapsamaması ve toplumun yaşam kalitesini de etkileyecek olması nedeniyle araştırma bulgularının, Sincan Uygur Özerk Bölgesi turizminde kamu değeri inşası için önemli pratik sonuçları olduğu ifade edilmiştir.

Yeğin (2022) tarafından yapılan çalışmada geleneksel Divriği evlerinin turizm amaçlı yeniden kullanıma adapte edilebilmeleri açısından sosyal ve kültürel katkılarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda Divriği İlçe Belediyesi’nin ve Divriği Kaymakamlığı’nın öncü olarak kamulaştırdığı kültür varlığı sivil mimarlık örneklerinin yeniden işlevlendirme projeleri hazırlatılarak uygulamalar başlatıldığı tespit edilmiştir. Çalışmada, Divriği evlerine yönelik gerçekleştirilen söz konusu çalışmaların kamu değeri yaratmak adına gerçekleştirildiği ifade edilmiştir.

Hell ve Mcpherson (2022), İskoçya'nın en büyük şehri olan Paisley'in, hem yüksek derecede çoklu sosyo-ekonomik yoksunluktan hem de olumsuz bir kamusal imajdan muzdarip olduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda Renfrewshire Belediyesi'nin, söz konusu imajı iyileştirmek ve kamu değeri de oluşturacak şekilde uzun vadeli bir kültürel yenilenme stratejisi kapsamında festivaller aracılığıyla şehri yeniden inşa etmek için tanıtım çalışmaları ve finansal yatırım yaptığı belirtilmiştir. Bu çabaların, Paisley'deki festivallere katılımı ve bu festivallerin şehrin itibarını önemli ölçüde artırdığı ifade edilmiştir. Esnaf ve festival katılımcılarıyla yapılan görüşmeler neticesinde etkinliklerin sosyo-kültürel değerlerin yanı sıra ekonomik fayda da sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak, sosyo-ekonomik büyümeye yönelik yaklaşımın, parasal ve kimliksel anlamda da büyümeye imkân sağladığı ve böylece etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilebilecek festivaller aracılığıyla aynı zamanda kamu değeri yaratılmış olduğu belirtilmiştir.

Akyol ve Zengin (2021) tarafından yapılan çalışmada kültürel, doğal, tarihi ve turistik değerler açısından ele alındığında Artvin ilinin turistik kamu değerlerinin ön plana çıkarılarak turizmin gelişmesine katkı sağlanacağı belirtilmiştir. Bu amaçla ulaşım, altyapı, üstyapı ve ekonomik kapsamda turistik faaliyetlerin geliştirilmesi ve artırılması için yerel yönetimlere, özel sektöre, kamuya ve yerel halka çeşitli önerilerde bulunmuştur.

Cavalheiro, Joia ve Cavalheiro (2020), çalışmalarında bir turizm destinasyonunun akıllı olabilmesi için izlemesi gereken stratejik yolu göstermeyi amaçlayan bir model (Akıllı Turizm Destinasyonu Geliştirme Modeli) önermişlerdir. Akıllı turizm destinasyonu kavramının tartışıldığı çalışma kapsamında ve bir akıllı turizm destinasyonu projesinin, destinasyonun rekabetçiliğini arttırmanın yanı sıra, ev sahibi toplum için kamusal değer yaratmak amacıyla sürdürülebilir bir paradigmaya dayandırılması gerektiği savunulmuştur. Bu nedenle, turizm endüstrisi aracılığıyla kamu değeri yaratmanın, çok sayıda değişkeni bir araya getirmek ve bunları, vatandaşların turizm faaliyetlerine ilişkin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve algılarını toplayabilen, iyi tanımlanmış bir turizm geliştirme politikası halinde birleştirmek ile mümkün olacağı ifade edilmiştir. Ayrıca, bu tür bir turizm geliştirme politikasının, turizmin mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak hesaba katması gerektiği belirtilmiştir. Son olarak, bir turizm destinasyonunu somut anlamda rekabetçi kılan unsurun, yalnızca turizm harcamalarını artırma yeteneği değil, aynı zamanda destinasyon içinde kamusal değer yaratma yeteneği olduğu vurgulanmıştır.

Pata (2020) tarafından yapılan çalışmada turizmin yeni altyapıya, işgücüne ve rekabete yönelik alanlardaki yatırımların teşviki noktasında önemli bir role sahip olduğu belirtilmiştir. Buna ek olarak, ülkeyi ziyaret eden turistlerin daha iyi hizmet almalarını sağlamak için yapılan altyapı yatırımlarının gerçekleştirildiği bölgede yaşayan toplumlar açısından da faydalı olduğu; kısacası turistik bölgelerde elektrik, su, ulaşım gibi hizmetlere yönelik gelişimlerin hem ülkeyi daha fazla turist ziyaret edebileceği hem de bölgesel kalkınmanın artmasına katkı sağlayabileceği ifade edilmiştir. Son olarak turizm aracılığıyla ülkeye giren döviz ile diğer sektörlerin ürün üretimi için kullanılacak hammaddelerin ve ara malların ithalinin yapılabileceği, bununla birlikte ülkeyi ziyaret eden turistler tarafından yapılan harcamalarının vergilendirilerek kamuya ek gelir sağlanabileceği, böylece kamu değeri oluşturulabileceği öne sürülmüştür.

Wylie, Carey ve Reed (2020), hem ziyaretçi hem de ev sahibi topluluklar arasında insani değerlere yönelik temel motivasyonlarıyla turizmin önemli miktarda kamusal değer sağladığını belirtmişlerdir. Çalışmada ayrıca, günümüzde neredeyse tamamen ekonomiye ve özel değer sağlanmasına odaklanılmasının bir sonucu olarak, turizmin oluşturduğu kamusal değer büyük bir kısmının takdir edilmediği öne sürülmüştür. Bununla birlikte, yerel toplulukların çıkarlarının, ihtiyaçlarının ve değerlerinin takdirine dayanan yerel düzeyde bir söylem ve anlatının, turizmin vatandaşlara ve topluluklara değer sağlamanın somut anlamda anlaşılması için esas olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, turizmin deneyim, kaçış ve hazcılıkla ilgili olduğu ve olmaya devam edeceği, ancak bunun aynı zamanda destinasyonun sürdürülebilir kalkınmasına da katkıda bulunacak şekilde gerçekleşmesi gerektiği ve ev sahibi topluluğa değer veren bir kamusal değere sahip olmasının ziyaretçi deneyiminin değerini artıracığı ifade edilmiştir. Çalışmada son olarak, turizmin kamusal değerinin hem ziyaretçi hem de ev sahibi deneyiminin birleşiminde yattığı ve her şeyin karşılıklı saygı ve karşılıklı yararları ile ilgili olduğu vurgulanmıştır.

Açııcı, Ertaş ve Sönmez (2017) tarafından yapılan çalışmada turizm açısından kültürel yapının göstergesi olan mimarinin sürdürülebilir hale gelmesi ve korunması amaçlanmıştır. Çalışmada, ülke turizminde önemli yere sahip olan mimari değerlerin kültürel miras kapsamında ele alındığı ve bu değerler sayesinde ülkeye yapılan ziyaretler ile sosyal anlamda gelişim gösteren bölgelerin arttığı ve ekonomik kalkınmaların oluştuğu belirtilmiştir. Kültürel miras kapsamında mimari değerlere verilen önem neticesinde ortaya çıkan bu oluşumların aynı zamanda kamu değeri taşıdığı ifade edilmiştir.

Ulusoy (2015) tarafından yapılan çalışmada av turizminin Türkiye'nin tanıtımı noktasında etkin ve önemli bir rolünün olduğu ifade edilmiştir. Kırsal kalkınmanın sağlanması noktasında destek oluşturduğu vurgulanan av turizmine yönelik uygulamalar aracılığıyla; her av turizm organizasyonu için av kılavuzu, süreççi ve çantacıların yöre halkından seçilmesi, araç ve gereçlerin kiralaması, köy konaklarının avcılarının hizmetine sunulmasından elde edilen konaklama ücreti, yemek ve el işi yapan köylü kadınların kazançları, envanter çalışmalarına katılan işçi ücretleri, yabancı turistlerin av öncesi ve sonrasında alışveriş ve eğlence merkezlerindeki harcamaları gibi faktörler göz önünde bulundurulduğunda av turizmi izin belgesi almış olan seyahat acenteleri ve çalışanlarına ek olarak köy tüzel kişiliklerine, yöre halkına ve kamuya ekonomik katkı/gelir sağlandığı, böylece kamusal refahın arttırıldığı, kısacası kamu değeri oluştuğu belirtilmiştir.

Banerjee, Cicowiez ve Gachot (2015) tarafından yapılan çalışmada, Haiti'nin güneyinde turizme yapılan 36 milyon Amerikan doları tutarındaki yatırımın bölgesel ekonomi genelindeki ve yoksulluk üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Analizin sonuçları, özellikle otel ve restoran sektörü olmak üzere sektörel aktivite üzerinde olumlu bir etki (2040 yılında %182,1 ve Gayri Safi Bölgesel Hasıla'da 2040 yılına kadar %2 artış) olacağını göstermiştir. Ayrıca, söz konusu yatırımın işsizlik oranını %26'dan %23'e düşürdüğü ve yoksul insan sayısını %1,6 puan azalarak bölgedeki yoksulluğun azalmasına yardımcı olduğu belirtilmiştir. Analiz sonuçlarının, turizm yatırımlarının bölgesel ekonomik faaliyetleri nasıl etkilediğinin değerlendirilmesi, turizmin artan istihdam fırsatlarına ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunabileceği mekanizmaların ortaya çıkarılması, kısacası turizme yapılacak yatırımların aynı zamanda bir kamu değeri yaratılması adına güçlü bir araç olduğunu gösterdiği belirtilmiştir.

Özkan, Saçılık ve Yeşildağ (2014) tarafından yapılan çalışmada, TR22 Balıkesir-Çanakkale bölgesel gelişimini hızlandırmak amacıyla kurulmuş olan Güney Marmara Kalkınma Ajansı (GMKA) (2012) tarafından hazırlanan 2010 Yılı İktisadi Kalkınma Mali Destek Programı (Kar Amacı Gütmeyen) adlı programın amacının kamusal refahın artmasını amaçlayan kuruluşların desteklenerek istihdamın arttırılması, bölge kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi ve rekabetçi sektörlerin desteklenerek sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak olduğu belirtilmiştir. Program kapsamında bölgede yer alan kurum ve kuruluşların proje üretme ve uygulama kapasitesinin geliştirilmesi, insan kaynakları ve kurumsal altyapılarının güçlendirilmesi, kurumlar arası işbirliği imkânlarının artırılması, başta dezavantajlı gruplar olmak üzere farklı toplum kesimlerinin işgücüne katılımının sağlanması ve istihdam edilebilirliğinin artırılması ve tarım, turizm, enerji ve lojistik sektörlerinde bölgenin rekabet gücünün ve yenilik kapasitesinin artırılması gibi önceliklerin yer aldığı ifade edilmiştir. Çalışma sonucunda "bölgesel kalkınmayı hızlandırmak", "bölgelerarası kalkınma farklarını azaltmak" ve "bölgesel dinamikleri hayata geçirebilmek" gibi amaçlar doğrultusunda kurulduğu belirtilen kalkınma ajanslarının bölge özelinde faaliyetlerini sürdüren, bölgenin dinamiklerinin hayata geçirilmesini gerçekleştirmek amacıyla yerel, kamu ve özel teşebbüsler, sivil toplum kuruluşları, dernekler ve birliklerle faaliyet gösteren bir yapıda oldukları belirtilmiştir ve bu özellikleri nedeniyle kamuya verdikleri hizmet ile kamu değeri oluşturdukları vurgulanmıştır.

Akın, Şimşek ve Akın (2012) tarafından yapılan çalışmada turizm endüstrisi bir ekonomik değer olarak ele alınmış ve turizmin ülke ekonomisine yaptığı mali katkıların kamu değerine katkısı vurgulanmıştır. Çalışma kapsamında ayrıca, turizm endüstrisinin ekonomik açıdan ülke istihdamına etkileri, ülkenin uluslararası ekonomideki rolü irdelenmiştir. Çalışma incelendiğinde turizm endüstrisinin ülkenin ekonomik bağlamda kamu değeri oluşturması açısından önemli bir değer olduğu anlaşılmaktadır.

Yılmaz ve Gürol (2012) tarafından yapılan çalışmada turizmin, kırsal yörelerde yaşayan halk için çok çeşitli kaynaklardan gelir elde etme imkânı sağladığı belirtilmiştir. Kırsal turizmin diğer katkıları arasında; tarım ürünlerine olan talebi arttırdığı, kırsal yörelerde ev ve el sanatlarını geliştirerek ek gelirleri çoğalttığı, konaklama, yeme-içme vb. ilgili tesisleri arttırması nedeniyle istihdam ve ücret gelirlerine

katkıda bulunduğu, inşaat ve ona bağlı yan sektörler ve gelirleri ile turistik mal ve hizmet sektörü ile kamu hizmetlerini çoğalttığı ve son olarak hem kişisel hem de kamu gelirlerini arttırdığı vurgulanmıştır.

Akın ve Kamışlı (2009) tarafından yapılan çalışmada, turizmin yapısı gereği turist alan ülkeler ya da bölgeler açısından önem arz eden bir gelir kaynağı olduğu belirtilmiştir. Çalışma kapsamında turistlerin ziyaret ettikleri bölgelerde yer alan turizm işletmeleri tarafından üretilen turistik ürünleri talep etmeleri ve bu ürünlerden faydalanmaları neticesinde o bölgede yaşayan yerel halka, yatırımcılara ve kamuya gelir kaynağı yaratıldığı; böylece kamu değeri oluşturulduğu öne sürülmüştür.

Minnaert, Maitland ve Miller (2009) tarafından yapılan çalışmada, düşük gelirli gruplara yönelik geliştirilen sosyal turizm uygulamalarının, Avrupa'nın birçok ülkesinde sosyal politikanın bir parçası olduğu ve çeşitli faydalar sağladığı belirtilmiştir. Söz konusu faydalar, çalışmada, sosyal ve aile sermayesindeki artışlar açısından ampirik olarak incelenmiştir. Bu kapsamda yarı boylamsal bir araştırma tasarımıyla katılımcı aileler ve onların destek görevlileri ile odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda, sosyal turizmin kısa vadede aile sermayesini ve orta vadede sosyal ağlar, ilgili proaktif davranış ve özsaygı açısından sosyal sermayeyi artırdığı tespit edilmiştir. Bu artışların katılımcılar ve daha geniş anlamda toplum için faydalı olduğu ifade edilmiştir. Sonuç olarak, sosyal turizmin sosyal politika açısından uygun maliyetli bir katkı olabileceği, bu yönüyle kamusal bir değer taşıdığı ileri sürülmüştür.

Çakmak (2008) tarafından yapılan çalışmada doğal hayatın korunması hedefi taşıyan kamu yararı anlayışı ile doğal yaşamı ve biyolojik çeşitliliği korumak adına önemli katkıların sağlandığı ifade edilmiştir. Danıştay tarafından alınan yargı kararlarında, serbest bölge kurulmasına yönelik ekolojik dengeyi bozacağı muhtemel olan durumlar için serbest bölgenin kurulması noktasında kamu yararının olmadığına hükmedildiği, yine serbest bölge kurulmasına yönelik olarak; orman, çevre, kültür ve tabiat varlıkları ve kıyılarla ilgili mevzuat dikkate alınmadan serbest bölge alanı belirlenmesinin hukuka uygun olmadığı ifade edilmiştir. Benzerlik gösteren bir diğer kararda ise kaplumbağaların üreme alanı ve su kuşlarının habitatu olan, endemik türleri barındıran bir bölgede turizm merkezi açılmasında kamu yararı olmadığı sonucuna vardığı ve park ve rekreasyon alanları ile ilgili bir diğer kararında ise park ve rekreasyon alanları oluşturmakta üstün kamu yararı olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla turizm merkezlerinin açılması noktasında kamu hizmetinin bir sonucu olan ve kamu yararı için üretilen kamu değeri olgusunun oluşup oluşmadığı ile ilgili olarak Danıştay'ın hukuka, kanuna, kamu yararına ve kamu hizmetlerinin gereklerine uygunluğunu dikkate alarak karar verdiği görülmektedir.

Ayaş (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmada turizmin çevresel etkileri ele alınmış olup, turizmin çevre ile ilişkisi üzerindeki faaliyetleri incelenmiştir. Çalışma kapsamında ekonomik açıdan yükseliş gösteren endüstrinin sürdürülebilir hale gelmesi ve ülkenin doğal ve çevresel kaynaklarının korunmasının gerektiği vurgulanmıştır. Ülke doğal ve çevresel değerlerinin turizm faktörüyle daha fazla önem kazanacağı, ülkenin çevre bilincinin artırılması ve kaynakların verimli kullanılması gerektiğinin, çekiciliklerinin korunması ve geliştirilmesinin turizme katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Çalışmada bütün bu gelişmelerin aynı zamanda kamu değerini de arttıracığı ifade edilmektedir.

Meydan Uygur ve Baykan (2007) tarafından yapılan çalışmada kültürel turizmin, turizm açısından değeri incelenmiştir. Çalışmada turizm endüstrisinin uluslararası turizm getirisinden daha çok pay almasını sağlamak için yeni politikalar geliştirilmesine ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Bu politikalar neticesinde ülkenin sahip olduğu kültürel değerlerin ortaya çıkarılacağı ve turizme kazandırılacağı öne sürülmüştür. Kamu değeri kapsamında ele alınan bu değerlerin ancak turizm sayesinde korunacağı ve geliştirileceği belirtilmiştir. Turizm çerçevesinde kamu değeri olan kültürel turizmin, küreselleşmeye karşı koruma altına alınarak yok olmamasının sağlanması gerektiği vurgulanmıştır.

Eugenio-Martin, Martín Morales ve Scarpa (2004) tarafından yapılan çalışmada 1985-1998 yılları arasında Latin Amerika ülkelerindeki sağlık sistemi ve ulaşım imkanlarına ek olarak su, elektrik, telekomünikasyon gibi altyapı imkanlarının geliştirilmesinin ülke turizmi özelinde hayati bir öneme sahip olduğu belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca, Latin Amerika ülkelerinin katma değeri yüksek ulaştırma ve altyapı yatırım projeleri gerçekleştirdikçe bu ülkeleri ziyaret eden turist sayısının da arttığına dikkat çekilmiştir. Dolayısıyla kamu yararı gözetilen bütün proje ve yatırımların kamu faaliyetlerini geliştirmesi nedeniyle aynı zamanda kamu değeri de oluşturduğu, bu durumun ise ülke turizmini olumlu yönde etkilediği vurgulanmıştır.

Tayfun ve Kılıçlar (2004) tarafından yapılan çalışma kapsamında ülke politikaları tasarlanırken turizmde kamu değeri olarak ele alınan sosyal yapının da göz önünde bulundurularak tasarlanması gerektiği öne sürülmüştür. Turizmin ve turizm değerlerinin halk tarafından nasıl algılandığının ve yerel halkın turiste bakış açısının incelendiği çalışma kapsamında turizmin, turistik faaliyet göstermeyen bölgelerde yaşayan yerel halk ile turizmin faaliyet gösterdiği bölgelerde yaşayan yerel halkın bakış açılarının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda ülke politikaları tasarlanırken turizmde kamu değeri olarak ele alınan sosyal yapının bozulmasının turizm açısından bir değer kaybı olarak nitelendirilebileceği, bu nedenle özellikle turistik olmayan bölgelerin turizm açısından incelenmesi ve varsa turistik kaynak olabilecek değerlerinin ortaya çıkarılması gerektiği belirtilmiştir. Ancak bu değerler sayesinde bölge halkının turizme olan bakış açısının değişebileceği ve ülke politikaları tasarlanırken turizmde kamu değeri olarak ele alınan sosyal yapının da göz önünde bulundurulmasının sağlanabileceği vurgulanmıştır.

Yerli ve yabancı alanyazında yer alan konuya yönelik çalışmalar incelendiğinde turizmin sosyo-kültürel, ekonomik, çevresel ve politik etkileri doğrultusunda kültürel, doğal, tarihi ve turistik değerlerin korunmasına yardımcı olması, ulaşım, altyapı, üstyapı faaliyetlerini geliştirmesi, sosyal anlamda gelişim gösteren bölgeleri arttırması, istihdama katkıda bulunması, kalkınmaya destek oluşturması gibi sonuçları ile kamu hizmetini, kamu yararını ve kamusal refahı arttırdığı, dolayısıyla kamu değeri oluşturma noktasında olumlu katkılarının olduğu görülmektedir. Yine, kamu yararı gözetilen bütün proje ve yatırımların kamu faaliyetlerini geliştirmesi nedeniyle aynı zamanda kamu değeri de oluşturduğu, bu durumun ise ülkelerin turizm faaliyetlerini olumlu yönde etkilediği belirtilebilir. Çalışmalar ayrıca, kamu değerinin turizmdeki sonuçları ve kamu değerinin nasıl ölçüldüğüne ilişkin de bilgi vermektedir. Bu noktada turizmde kamu değeri ölçümünün turist memnuniyeti ve ilgili bölgeye olan turizm talebi ile doğrudan ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Turizm, sürekli gelişme kat eden bir endüstridir (Yıldız ve Kalağan, 2008). Geliştikçe ülkelerin ekonomik, sosyolojik ve ekolojik politikalarına da etki eden turizm endüstrisi, ülkelerin hedeflerine ulaşmak için yaptıkları strateji ve planlarında önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte turizm endüstrisi, diğer endüstrilere nazaran hükümetlerin yürürlüğe koyduğu politikalarından ve günlük hareketlerinden daha fazla etkilenmektedir. Bu doğrultuda ele alınan turizm endüstrisinin, ülke yapısına doğrudan veya dolaylı etkilerinin olduğu gözlemlenmektedir. Ülkeler de bu kapsamda yeni politikalar üreterek ve ekonomik kalkınmaya destek olarak gelişimlerine öncülük etmektedirler (Yaşar ve Çetinkaya, 2022). Turizm hareketliliği, ekonomik ve sosyal etkileşiminden dolayı ülkelerin refah düzeyini arttırmak için geliştirilen politikaların hedeflerine ulaşmasını sağlamaktadır. Ülkenin ekonomik ve politik istikrarının oturmuş olması ve turizmde sosyo-kültürel istikrarın sağlanmış olması ise turizme olan talebi etkileyen en önemli unsurlardandır. Bir ülkede istikrarın sağlanmış olması, o ülkenin gelişmişlik düzeyi ile de ilişkilidir. Bir ülkede gelişmişlik düzeyi arttıkça gelişmişlik düzeyi ile kamu değeri arasındaki ilişkinin paralel yönlü olmasına yönelik olarak kamu değeri oluşumunun da arttığı, artan kamu değeri nedeniyle turizme olan talepte de artış olduğu belirtilmektedir (Bramwell, 2006).

Turizm endüstrisi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için birçok farklı yönden çekicilik unsuru olarak kullanılmaktadır (Camilleri ve Camilleri, 2018). Özellikle ekonomik getirileri açısından kalkınma fırsatı olarak görülen turizm endüstrisi; ülkeler için sadece döviz getirisi sağlayan, ödemeler dengesinde etkili olan, istihdamı arttıran, vergi gelirlerini arttırıcı etkilerinden ziyade ekonomide sürdürülebilirlik, sosyal ve kültürel etkileri açısından da büyük önem göstermektedir. Turizm endüstrisi, hükümetler açısından ülkenin ekonomik açıdan gereksinimlerini azaltması ve ülkenin sermaye açısından maliyetlerini azaltması olmak üzere iki önemli destek sağlamaktadır. Turizm politikalarını gayri safi milli harcamalarını arttırmaya yönelik tasarlayan turizm endüstrisi (Metodijeski ve Temelkov, 2014: 236-237), ekonomik açıdan ülkelere getiri sağlamakta ve ülke istihdamına katkı sunmaktadır (Özdemir ve Öksüzler, 2006: 113). Ülkenin turizme yönelik geliştirdiği politikalar neticesinde; ülkenin ulaşım ağı, çevre düzenlemeleri, hijyen, sağlık, sosyal aktiviteleri, reklamları, tanıtımları ve pazarlama gibi kolları da gelişmektedir (Koncul, 2007). Bu doğrultuda turizm, Türkiye’de de hızlı ivme kazanan endüstrilerden birisi haline gelmiştir. Yapılan çalışmalar

incelendiğinde, turizm endüstrisinin kendi gelişimiyle birlikte birçok endüstriyi etkilediği, ülkeye sağladığı katkılar itibariyle Türkiye’de birçok kamu ve katma değeri oluşturduğu gözlemlenmektedir.

Turizm; milli servetlerin korunması, turizmin düzenlenmesi, yönetilmesi ve geliştirilmesi aşamaları nedeniyle bir kamu hizmet alanıdır (Bilgen, 2009). Hükümet politikalarının, programlarının, kararlarının uygulamasını ve kamu hizmetlerinin yürütülmesini sağlayan kamu yönetimi sadece turizm ile ilgili değil tüm alanlarda üstlendiği ya da üstlenmesi beklenen roller üzerinde etkili olmaktadır. Kamu yönetiminde turizm masası, turizm temsilcisi, yerel yönetimde üniversite turizm temsilcisi, turistik faaliyet temsilcisi, kent turizm kalkınma faaliyet temsilcisi gibi birçok muhatap bulunması beklenmektedir. Kamu yönetimi, yapılan yatırımlar ve gelişmeler sonucunda üretilen veya ortaya çıkan kamu hizmetinin doğrudan halka aktarılması; endüstrilerin, yatırımcıların, bireylerin ve grupların denetlenmesi ve düzenlenmesi görevini üstlenmektedir. Kamu yönetimi, kamu yararı ve kamu değeri açısından endüstrileri desteklemektedir. Turizm endüstrisine yapılan yatırımlar neticesinde turizm endüstrisinde de kamu yönetimi açısından birçok değer ortaya çıkmaktadır. Bu değerler ülkeye katkı payı sağlamakla birlikte yeni yollar sunarak ülke ekonomisine, sosyo-kültürel gelişime ve çevresel kalkınmalarına da olanak vermektedir. Ayrıca, ülkelerin turizm açısından sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel değerleri gün yüzüne çıkararak ülke değerlerine de katkı sağlamaktadır (Kettunen vd., 2012).

Sonuç olarak ulusal ve uluslararası alanyazında konuya yönelik yapılan çalışmalardan da hareketle turizm endüstrisinin etkinlik turizmi, spor turizmi, sağlık turizmi, kongre ve fuar turizmi, tarih turizmi, kültür turizmi, gastronomi turizmi, doğa ve ekoloji turizmi gibi alternatifler sunarak potansiyel turistlerin ülkeyi ziyaret etmesini sağladığı, turizm talebini arttırdığı, böylece ülke marka ve imajına değer kazandırdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, kamu yararı gözetilen bütün proje ve yatırımların kamu faaliyetlerini geliştirmesi nedeniyle aynı zamanda kamu değeri de oluşturduğu, bu durumun ise ülkelerin turizm faaliyetlerini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Yine, turizm endüstrisinin kazanılan değerler ile ülke kalkınması, yerel yönetimlerin gelişmesi, bölgelerin kalkınması, kamu politikalarının güncellenmesi, uluslararası iletişim ağında varlık göstermesi, ekonomik sürdürülebilirlik sağlanması ve ülkelerin sürekli ticaret ağlarının aktif olması gibi birçok ülke fonksiyonuna katkı sağladığı belirtilebilir. Buradan hareketle ülkelerin turizmi bir kamu değeri olarak ele almaları ile ülkelerin birçok fonksiyonuna olumlu katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Bu olumlu katkı neticesinde diğer endüstrilerin de turizm ile beraber gelişim göstermesine olanak sunması, ülke kalkınmasında belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesine imkân sağlaması, halkın refah düzeyini arttırabilmesine katkıda bulunması gibi nedenlerle ülkelerin turizme gereken önemi vermeleri gerektiği ifade edilebilir. Yine, ülke hükümetlerinin, turizmde kamu değeri oluşturulması adına turizm ile ilgili organlara kaynak tahsis etmesi ya da etmeleri için meşruiyet vermesi, oluşturulan kamu değerinden maksimum faydayı elde edebilmek amacıyla ise toplumun turizme yönelik olumlu bakış açısının geliştirilmesi ve turizm bilincinin arttırılması gerektiği belirtilebilir. Son olarak, turizmin kamusal değerinin hem ziyaretçi hem de ev sahibi deneyiminin birleşiminde yatması nedeniyle, hükümetlerin kendileri ya da dış değerlendiriciler tarafından üretilen kamu değerinin etkinliğinin ölçülmesi, paydaşlar da dâhil edilerek ne kadar veya ne türde kamu değerinin üretildiğinin değerlendirilmesi gerektiği önerilebilir.

Turizm endüstrisinin kamu değerine etkisini konu alan mevcut çalışmaların incelendiği bu çalışmanın ilk kısıtlılığını, ikincil veri kaynaklarına dayanıyor olması oluşturmaktadır. Çalışmanın diğer bir kısıtlılığı ise turizmin kamu değerine etkisi ele alınırken bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesi ve bu nedenle turizmin kamu değerinin alt bileşenleri ile ilgili etkilerinin yüzeysel kalmasıdır. Gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalar için bahsi geçen alt bileşenlerin de etkilerinin incelendiği ve daha net bir şekilde değerlendirilebileceği ampirik araştırmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Acuner, A. Ş. (2006). Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi, MPM Yayınları, Ankara.
- Açııcı, F. K., Ertaş, Ş., & Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir turizm: Kültür turizmi ve kültürel miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.
- Ağbay, N. C., & Karakılıç, Y. (2020). Turizm politikasının oluşturulmasında yönetim uygulaması: Türkiye üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 248-269.
- Akat, Ö. (1997). Turizm İşletmeciliği, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Akdu, U. & Öktem, E. (2019). Turizmin ekonomik, sosyal, çevresel ve kültürel etkilerine yönelik yöre halkının farkındalığı; Gümüşhane örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 232-239.
- Akın, F., & Kamışlı, M. (2009). Yükselen ve gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün ekonomik kalkınmaya etkileri: Türk turizmi üzerine bir değerlendirme. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (16), 16-29.
- Aktel, M., & Kaygısız, Ü. (2018). Türkiye’de göç yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 579-604.
- Akyol, C., & Zengin, B. (2021). Artvin destinasyonundaki turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik kamu paydaş analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1698-1721.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-kültürel miras turizmi ve Türkiye’den örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 50-64.
- Akın, A., Şimşek, M. Y., & Adnan, Akın (2012). Turizm sektörünün ekonomideki yeri ve önemi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 4(7), 63-81.
- Ay, H. M. (2005). Yatırım teşviklerinin sabit sermaye yatırımları üzerindeki etkisi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 2(5), 176-184.
- Ayaş, N. (2007). Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 59-69.
- Bahar, O., & Kozak M. (2010). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bahar, O., & Kozak, M. (2013). Turizm Ekonomisi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2908 Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir.
- Balsalobre-Lorente, D., Driha, O. M., Shahbaz, M., & Sinha, A. (2020). The effects of tourism and globalization over environmental degradation in developed countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 7130-7144.
- 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.
- Bertan, S. (2009). Turizmin çevre üzerinde yarattığı etkiler: Pamukkale örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 204-214.
- Bilgen, P. (2009). Turizm Yönetimi ve Yeniden Yapılanması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bingöl, N., Pehlivan, C., & Han, A. (2020). Turizm gelirleri-makro değişkenler arasındaki ilişkinin Türkiye için ampirik olarak incelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, (82), 245-262.
- Bramwell, B. (2006). Actors, networks and tourism policies. In *Tourism Management Dynamics* (pp. 155-163). Routledge.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of socio-cultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26, 493-515.
- Cai, L.A. (2002). Kırsal destinasyonlar için işbirlikçi markalaşma. *Yıllık Turizm Araştırması*, 29(3), 720-742.
- Camilleri, M. A., & Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview (pp. 3-27). Springer International Publishing.
- Cavalheiro, M. B., Joia, L. A., & Cavalheiro, G. M. D. C. (2020). Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values. *Tourism Planning & Development*, 17(3), 237-259.

- Cibinskiene, A., & Snieskiene, G. (2015). Evaluation of city tourism competitiveness. *Procedia-social and Behavioral Sciences*, 213, 105-110.
- Connell, J., Page, S. J., & Bentley, T. (2009). Towards sustainable tourism planning in New Zealand: Monitoring local government planning under the Resource Management Act. *Tourism Management*, 30(6), 867-877.
- Çakır, P. (2002). Turizm sektörünün istihdam yapısı ve sorunları. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XVIII (1- 2), 195-202.
- Çakmak, M. N. (2008). Biyolojik çeşitliliğin hukuken korunması ve kamu yararı. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 57(1), 133-166.
- Çeken, H., & Ateşoğlu, L. (2008). Küreselleşme sürecinde turizm endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1),136-151.
- Çeken, H., Ateşoğlu, L., Dalgın, T., & Karadağ, L. (2008). Turizm talebine bağlı olarak uluslararası turizm hareketlerindeki gelişmeler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 71-85.
- Çelik, P. (2014). Antalya Turizm Destinasyonunun Rekabetçilik Analizi. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çımat, A., & Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 1-18.
- Demir, C. (2002). Turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin olumsuz çevresel etkileri: Türkiye'deki milli parklara yönelik bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 93-117.
- Demirtaş, E. (2000). Türkiye ve Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde Turizm Yatırımlarına Verilen Teşvikler, İzmir Ticaret Odası Yayını, Yayın No:80, İzmir.
- Dilber, İ. (2007). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisinin girdi-çıkıtı tablosu yardımıyla değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 205-220.
- Doğan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216-236.
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) (2001). Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. Luxembourg, Madrid, New York, Paris: Eurostat, OECD, United Nations. World Tourism Organisation and United Nations Statistics Division. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284404377> Erişim: 09.07.2022
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2021). World Tourism Barometer, Stastical Annex. Spain: World Tourism Organization. https://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/unwto_barom21.pdf Erişim: 02.07.2022
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2022). World Tourism Barometer, Stastical Annex. Spain: World Tourism Organization. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-11/UNWTO_Barom22_06_November_EXCERPT.pdf?VersionId=kNOL3rNMSaYFz0XizmRo0EU8x3cVZpOk Erişim: 02.07.2022
- Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WWTTC) (2021). Travel & Tourism: Economic Impact. World Tourism & Travel Council. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf> Erişim: 09.07.2022
- Eugenio-Martín, Juan Luis; Morales, Noelia Martín; Scarpa, Riccardo (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach, Nota di Lavoro, No. 26.2004, Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM), Milano.
- GhulamRabbany, M., Afrin, S., Rahman, A., Islam, F., & Hoque, F. (2013). Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*, 1(7), 117-130.
- Gjerald, O. (2005). Sociocultural impacts of tourism: A case study from Norway. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(1), 36-58.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji Dergisi*, (1-2), 49-59.
- Gündüz, S. (2018). Yerel halkın turizm algısını belirlemeye yönelik alternatif bir ölçek geliştirme: Karataş destinasyonu örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(52), 343-357.

- Hall, C. M. (2009). The Public Policy Context of Tourism Entrepreneurship. İçinde J. Ateljevic, & S. J. Page (Eds.), *Tourism and Entrepreneurship: International Perspectives* (s. 243-263). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M., & Jenkins, J. (2004). *Tourism and public policy. A companion to tourism*, 523-540, Wiley.
- Hell, N., & McPherson, G. (2022). Public Value Outcomes of Festivals: Well-Being and Economic Perspectives. *Festivals and the City*, 249.
- İlkin, A., & Dinçer, Z. M. (1991). *Ekonomik ve Sosyal Sorunlar Çözüm Önerileri Dizisi*, TOBB Yayın No:217, Ankara.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) (2023). Turizm ve Etkileri. <https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/tursab-akademi/e-egitim/konu-ozetleri/unite-10.pdf> Erişim: 02.08.2021
- Joppe, M. (2018). Tourism management perspectives. *Tourism Management*, 25, 201-204.
- Kalem, M. Y., & Deniz, F. Ö. (2018). Turizmin yerel halkın sosyo-kültürel yapısına etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 79-91.
- Kettunen, M., Vihervaara, P., Kinnunen, S., D'Amato, D., Badura, T., Argimon, M., & Ten Brink, P. (2012). Socio-economic importance of ecosystem services in the Nordic Countries. Nordic Council of Ministers.
- Kılıç, C., & Ünzüle, Kurt. (2018). Türkiye’de ekonomik ve politik istikrarın turizm talebi üzerindeki etkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı. *İstanbul İktisat Dergisi*, 68(2), 243-264.
- Koncul, N. (2007). Public expenditure and public policies for tourism. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 10(2), 87-93.
- Kozak, M. A. (2012). Genel Turizm Bilgisi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1443, Eskişehir.
- Krutwaysho, O., & Bramwell, B. (2010). Tourism policy implementation and society. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 670-691.
- Mbaiwa, J. E. (2005). The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3), 163-185.
- Metodijeski, D., & Zoran, T. (2014). Tourism policy of Balkan countries: Review of national tourism development strategies. *UTMS Journal of Economics*, 5(2), 231-239.
- Meydan Uygur, S., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 30-49.
- Milne, S., & Ateljevic, I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tourism Geographies*, 3(4), 369-393.
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316-334.
- Moore, G. E. (1995). Lithography and the future of Moore’s law. In *Integrated Circuit Metrology, Inspection, and Process Control IX* (Vol. 2439, pp. 2-17). SPIE.
- Moore, M. (2007). Recognising public value: The challenge of measuring performance in government. In *A passion for policy: Essays in public sector reform*. ANU Press.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası Özellikler Bölgeler*, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Okech, R. N. (2010). Socio-cultural impacts of tourism on World Heritage sites: Communities’ perspective of Lamu (Kenya) and Zanzibar Islands. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(3), 339-351.
- Özcan, C. C. (2013). *Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi*. Doktora Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özdemir, M., & Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 1-25.
- Özdemir, A.R., & O. Öksüzler (2006), “Türkiye’de turizm bir ekonomik büyüme aracı olabilir mi? Bir Granger Nedensellik analizi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 107-126.
- Özkan, Ç., Saçılık, M. Y., & Yeşildağ, B. (2014). Kalkınma ajanslarının sürdürülebilir bölgesel turizmin gelişimine etkisi: GMKA örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(27), 34-44.

- Pata, U. K. (2020). Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: Bootstrap ARDL yaklaşımı ve asimetrik nedensellik testi ile sektörel bir analiz. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 590-611.
- Sevinç Çubuk, E. B. (2021). Bilişim ve İletişim Teknolojileri ve Kamu Değeri Bağlamında Kamuda İnovasyon: Sistem Tasarım Modeli. Doktora Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 1-17.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2021a). İşgücü İstatistikleri. www.tuik.gov.tr Erişim: 09.10.2021
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2021b). Turizm İstatistikleri. www.tuik.gov.tr Erişim: 10.11.2021
- Ulusoy, H. (2015). Av turizminin kırsal turizm açısından kırsal kalkınma üzerindeki etkisinin irdelenmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, (2), 74-80.
- Ulu, E. A. (2010). *Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ulutürk, Z. G. (1998). Turizmin ekonomik etkisinin ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 31-38.
- Ünal, Ş. (2023). *Demirköy (Kırklareli) İlçesinin Kırsal Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Turizme Bakışı*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Wu, Y., & Wang, Y. (2024). An empirical study on the tourist cognitive evaluations of tourism public services in Xinjiang province, China. *Sustainability*, 16(5), 1712.
- Wylie, R., Carey, B., & Reed, K. (2020). The Public Value of Tourism, Covid-19, Co-Creation and the Experience Economy. İçinde Wylie, R. (Eds.), *Public Value Management Institutional Design and Decision for the Common Good* (s. 182-206). USA: Rowman & Littlefield.
- Yalçınkaya, T. (2022). “Anzak Törenleri”, Çanakkale Savaşları Ansiklopedisi, Ed. Murat Karataş, İstanbul: Çanakkale Savaşları Enstitüsü Yayını (ISBN: 978-605-80897-7-8).
- Yaşar, İ., & Çetinkaya, Ç. (2022). Turizmde popüler ülkelerin turizm politikaları ve analizi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 1018-1036.
- Yeğin, M. (2022). Geleneksel Divriği evlerinin kültür turizmi amaçlı yeniden işlevlendirilmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12(4), 798-816.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yıldız, Z., & Kalağan, G. (2008). Alternatif turizm kavramı ve çevresel etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, 35, 42-44.
- Yılmaz, G. Ö., & Gürol, N. K. (2012). Balıkesir ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 23-32.
- Yılmaz, H. (2023). Türkiye’de turizmin ekonomik büyümeye etkisi. *Alanya Akademik Bakış*, 7(1), 257-276.
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents’ perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare’in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), 802-814.