

Received-Makale Geliş Tarihi 11.02.2024
Published-Yayınlanma Tarihi 30.04.2024
Volume-Cilt (Issue-Sayı), ss/pp 11(106), 753-763

Research Article /Araştırma Makalesi
10.5281/zenodo.11109379

Hasan Hüseyin Şengal
<https://orcid.org/0000-0002-5103-103X>
MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

Özlem Şengal
<https://orcid.org/0009-0007-0112-6771>
MEB, Diyarbakır / TÜRKİYE

Türkiye’de Turizm Sektörünün Yapısı ve Bazı Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırması

The Structure of the Tourism Sector in Turkey and Its Comparison with Some European Countries

ÖZET

Turizm sektörü, bileşik ürün üreten, sabit sermaye yatırımlarının yüksek olduğu ve teknolojik gelişmelerin hızla geliştiği günümüzde yoğun emek gerektiren bir sektördür. Konaklama yatırımları açısından ise kısa bir sürede esneklik gösteremeyebilir. Sosyal, siyasi ve ekonomik değişimlere de duyarlı olabilir. Bu sektör, ülkelere döviz getirisi sağlar, istihdam ve verimliliği artırır, uluslararası ülkeler arasında iletişim ve etkileşim gücünü yükseltir, bütünleştirici bir iklim ve barışçıl bir ortamının oluşmasına katkı sağlayarak dış ticaret açığıyla birlikte işsizlik sorunlarının çözümünde önemli bir rol oynar. Bu rollerinden dolayı turizm sektörü dünya genelinde birçok ülkenin stratejik önceliği haline gelmiştir. Türkiye, zengin tarih, kültür ve doğal değerlere sahip olmasıyla turizm potansiyelini değerlendirebilmek için turizm yatırımlarına ve girişimlere destekler sağlamış ve tanıtım çalışmaları yapmıştır. Bu çabalar sonucunda turizm sektörü, ekonomik ve sosyal yaşamda önemli bir role sahip olmuştur. Bu çalışmada tarama modelinde betimsel bir çalışma yapılarak Türk Turizminin genel yapısı, yönetim tarzı ve Avrupa’da İspanya, Yunanistan, Almanya, Avusturya, İsveç, Norveç, Portekiz ve İtalya’daki turizm yapılarını ile ülkelerin turizm yönetim yapıları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yönetim yapısındaki benzerlikler ve farklılıklar saptanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Türkiye’de Turizm, Avrupa’da Turizm.

ABSTRACT

The tourism sector is a labor-intensive sector that produces composite products, where fixed capital investments are high and technological developments are rapidly developing. In terms of accommodation investments, it may not be flexible in a short time. It may also be sensitive to social, political and economic changes. This sector provides foreign exchange income to countries, increases employment and productivity, increases the power of international communication and interaction between countries, plays an important role in solving the foreign trade deficit and unemployment problems by contributing to the creation of an integrative climate and a peaceful environment. Due to these roles, the tourism sector has become the strategic priority of many countries around the world. Turkey, with its rich history, culture and natural values, has provided support to tourism investments and initiatives and carried out promotional activities in order to utilize its tourism potential. As a result of these efforts, the tourism sector has played an important role in economic and social life. In this research, a descriptive study was conducted in the scanning model and the general structure of Turkish Tourism, its management style and the tourism structures of Spain, Greece, Germany, Austria, Sweden, Norway, Portugal and Italy in Europe and the tourism management structures of the countries were examined. According to the research results, similarities and differences in the management structure were tried to be determined.

Keywords: Tourism, Tourism in Turkey, Tourism in Europe.

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, bileşik ürün üreten, sabit sermaye yatırımlarının yüksek olduğu ve teknolojik gelişmelerin hızla geliştiği günümüzde yoğun emek gerektiren bir sektördür. Konaklama yatırımları açısından ise kısa bir sürede esneklik gösteremeyebilir. Sosyal, siyasi ve ekonomik değişimlere de duyarlı olabilir. Bu sektör, ülkelere döviz getirisi sağlar, istihdam ve verimliliği artırır, uluslararası ülkeler arasında iletişim ve etkileşim gücünü yükseltir, bütünleştirici bir iklim ve barışçıl bir ortamının oluşmasına katkı sağlayarak dış ticaret açığıyla birlikte işsizlik sorunlarının çözümünde önemli bir rol oynar. Bu rollerinden dolayı turizm sektörü dünya genelinde birçok ülkenin stratejik önceliği haline gelmiştir (Bilgiçli & Altınkaynak, 2016).

Turizm endüstrisi, eğlence ve gelir seviyeleri arttıkça küresel olarak büyümeye devam etmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’ne (UNWTO) göre, 2017 yılında uluslararası turist sayısı %7 artarak 1 milyar 322 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar son 7 yılın en yüksek büyüme oranını olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılından bu yana turist varışlarında istikrarlı bir şekilde artış olduğunu göstermektedir. UNWTO’ya göre, bu rakamın 2018 yılı için %4 ile %5 arasında, 2010-2030 yıllarında ise yılda ortalama %2,8 oranında yükselmesi beklenmektedir. Bu tahminlere göre, 2030 yılında uluslararası

turist varışlarının yaklaşık 1,8 milyar kişiye ulaşması öngörülmektedir. Bu küresel tahminler, turizm sektörünün dünya genelinde ve Türkiye için önemini ortaya koymaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2018).

Gelecekte, nüfus yaşlandıkça ve yaşam beklentisi arttıkça, uluslararası turizm emeklilerin, teknoloji odaklı Y ve Z kuşaklarının, yalnız gezginlerin ve çocuksuz çiftlerin ihtiyaç ve tercihleri tarafından yönlendirilecektir. Ayrıca orta sınıfın gelirinin artması nedeniyle turistik faaliyetlere katılımın artması, bireylerin tatil sürelerinin artması, uzun mesafeli seyahatlerin kolaylaşması, turizmde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının artması ve yeni hedefler eklenir. Turizm sektörünün gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, turizm endüstrisinin zorlukları örneğin, dünyanın farklı yerlerinde terör saldırılarının artması, farklı turizm profillerinin değişen beklentilerine yanıt vermesi, küresel ekonomik yeniden yapılanma ve çevresel kısıtlamalardır. (Kalkınma Bakanlığı, 2018). Türkiye'ye seyahat amacıyla gelen turistlerin yaş gruplarına göre oranı ve değişimi incelendiğinde, dış pasif durumu andıran bir görünüm sergilemektedir. 25-44 yaş arası grup her dönem en yüksek paya sahip olmasına rağmen, 2003 yılında %45,18 olan bu grup oranı 2019 yılında %43,88'e düşmüştür. Ayrıca 65 yaş üzeri grubun oranı 2003 yılında %4,08 iken 2019 yılında %5,25'e yükselmiştir (TÜİK, 2020).

Türkiye, zengin tarih, kültür ve doğal değerlere sahip olmasıyla turizm potansiyelini değerlendirebilmek için turizm yatırımlarına ve girişimlere destekler sağlamış ve tanıtım çalışmaları yapmıştır. Bu çabalar sonucunda turizm sektörü, ekonomik ve sosyal yaşamda önemli bir role sahip olmuştur. Türkiye, planlı dönemlerde sağlanan teşvikler ve mevzuat değişiklikleriyle birlikte, yaşanan krizlere rağmen dünya turizm ligine yükselmeyi başarmıştır. 2011-2015 döneminde turist girişleri açısından dünya genelinde altıncı sırada yer almış, turizm gelirleri açısından ise onikinci sıraya yükselmiştir. Ancak yukarıda bahsedilen sorunlardan dolayı 2016 yılında turizm sektöründe bir gerileme yaşanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2018).

1.1. Türk Turizminin Bileşenleri

1.1.1. Tarihi ve Kültürel Miras

Türkiye, antik çağlardan günümüze uzanan zengin bir tarihe sahiptir. İstanbul, Efes, Bergama, Perge ve daha birçok antik kent, ziyaretçilere tarihle iç içe bir deneyim sunar. Özellikle UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer bulan Göreme Kapadokya, Pamukkale ve Troya gibi bölgeler, turistlerin ilgisini çeken önemli noktalar. Bu yerler, arkeoloji meraklılarına ve tarih severlere eşsiz bir fırsat sunar.

1.1.2. Muhteşem Doğal Güzellikler

Türkiye, doğal güzellikleriyle de göz kamaştırır. Kapadokya'nın peri bacaları, Pamukkale'nin beyaz traverten terasları, Fethiye ve Bodrum gibi Ege ve Akdeniz kıyılarındaki kumsallar, doğa severler için benzersiz keşifler sunar. Ayrıca, Likya Yolu, Kaçkar Dağları ve Toroslar gibi doğal yürüyüş parkurları, doğa tutkunlarının Türkiye'nin doğal güzelliklerini keşfetmelerini sağlar.

1.1.3. Deniz Turizmi

Türkiye, birçok turist için deniz, güneş ve kum tatilini tercih ettiği popüler bir destinasyondur. Ege ve Akdeniz sahil şeritleri, kumsalları, turkuaz renkli suları ve mükemmel hava koşullarıyla tanınır. Bodrum, Antalya, Alanya ve Kuşadası gibi turistik bölgeler, tatilciler için lüks tatil köyleri, plajlar, ve su sporları ile bilinmektedir.

Deniz turizmi, Türkiye'nin zengin doğal güzellikleri ve geniş sahil şeridi sayesinde ülkenin ekonomisine önemli katkılar sağlar. Plajlar, su sporları, yat turizmi ve adalar, turistlerin denizde keyifli ve eğlenceli zaman geçirebilecekleri birçok seçenek sunar. Deniz turizmi, ülkeye döviz girdisi sağlarken, sahil bölgelerindeki turizm altyapısının gelişmesine ve bölgesel kalkınmaya da katkıda bulunur.

1.2. Türk Turizminin Ekonomideki Yeri

Türk turizminin ekonomideki sağladığı olanaklar aşağıdaki gibidir.

a) Döviz Girdisi: Türkiye, turizm sektöründen önemli ölçüde döviz girdisi elde etmektedir. Yabancı turistlerin ülkeye getirdiği döviz, ekonomik büyümeye ve cari açığın finansmanına katkı sağlar. Turistlerin harcamaları, konaklama, yeme-içme, alışveriş ve turistik faaliyetlerden oluşur. Bu döviz girdisi, Türkiye'nin cari açığının finansmanına ve döviz rezervlerinin artmasına yardımcı olur.

b) İstihdam Olanakları: Turizm sektörü Türkiye'de geniş bir istihdam alanı yaratmaktadır. Oteller, turizm acenteleri, restoranlar, rehberlik hizmetleri ve turizmle ilgili diğer işletmeler, binlerce kişiye iş imkânı sunar.

c) Bölgesel Kalkınma: Türk turizmi, bölgesel kalkınmanın önemli bir itici gücüdür. Özellikle sahil şeridindeki turistik destinasyonlar, yerel ekonomilere büyük katkı sağlar. Bu bölgelerdeki turizm faaliyetleri, konaklama tesisleri, restoranlar, alışveriş merkezleri ve diğer turizmle ilgili işletmelerin açılmasına ve yerel halkın gelir düzeyinin artmasına olanak tanır. Türkiye'nin turizm potansiyeli, özellikle kırsal ve sahil bölgelerinde bölgesel kalkınmayı teşvik etmektedir. Turizm faaliyetleri, bu bölgelerdeki ekonomik büyümeyi destekleyerek gelir eşitsizliklerini azaltabilir.

d) Sektörel Katkı: Turizm sektörü çeşitli alt sektörlerle birlikte çalışarak ekonomiye önemli katkılar sağlar. Konaklama, yiyecek ve içecek, ulaşım, sanat ve el sanatları gibi sektörler turizm faaliyetleriyle birlikte büyür ve istihdam oluşturur. Ayrıca birçok alt sektörle birlikte çalışarak ekonomiye önemli katkılar sağlar. Konaklama, yiyecek-içecek, , eğlence, ulaşım, hediyelik eşya ve el sanatları sektörleri, turizm faaliyetleriyle birlikte büyür. Bu sektörlerdeki işletmeler ve üreticiler, turizm talebine cevap vererek büyümeye katkı sağlar.

e) Turizm Gelirleri: Turizm, Türkiye'nin milli gelirine de katkı sağlayan önemli bir gelir kaynağıdır. Turistlerin harcamaları, ülke ekonomisine doğrudan katkı sağlar. Turistlerin harcamaları, konaklama, yeme-içme, alışveriş ve diğer turistik faaliyetlerle birlikte ekonomik büyümeyi destekler. Turizm sektörü, hizmet ihracatı olarak da değerlendirilebilir ve turizm gelirleri döviz girdisi olarak ekonomiye akar.

f) Yatırım Fırsatları: Turizm sektörü, yabancı yatırımcılar için cazip fırsatlar sunar. Oteller, tatil köyleri, golf sahaları, termal tesisler gibi turistik altyapı projeleri, yatırımcılar için karlı bir seçenek olabilir.

Tüm bu faktörler, Türk turizminin ekonomideki önemini vurgular ve sektörün ülke ekonomisine olan katkısını gösterir. Turizm, istihdam yaratması, bölgesel kalkınmayı teşvik etmesi ve döviz girdisi sağlamasıyla Türkiye'nin ekonomik büyümesinde önemli bir rol oynamaktadır.

1.3. Türk Turizmindeki Ulusal Kurum ve Kuruluşlar

Yasal düzenlemeye dayalı olarak, turizm endüstrisinin doğrudan bağlantı kurabileceği dört ana ulusal kurum ve kuruluş oluşturulmuştur. Bunlar aşağıdaki gibidir:

a) Kültür ve Turizm Bakanlığı: Türkiye'deki turizm politikalarının belirlenmesi, turizm sektörünün geliştirilmesi ve yönetilmesi gibi konularda yetkilidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm sektörünün genel yönetiminden sorumlu olan ana kamu kurumudur.

b) Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB): TOBB bünyesinde Turizm Meclisi bulunmaktadır. Turizm Meclisi, turizm sektöründeki oda ve birlikleri temsil eder. Turizm Meclisi, turizm sektöründeki sorunları ele alır, politika önerileri sunar ve sektörün gelişimi için çalışmalar yapar.

c) Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB): TÜRSAB, seyahat acentalarının çıkarlarını korumak, sektör standartlarını belirlemek ve turizm seyahat hizmetlerinin kalitesini artırmak amacıyla kurulmuş olan yasal bir kuruluştur. TÜRSAB, seyahat acentalarının kayıt altına alınması, belgelendirme süreçlerinin yürütülmesi ve sektörün gelişimi için faaliyetlerde bulunur.

d) Turist Rehberleri Birliği: Turist rehberlerinin mesleki standartlarını belirlemek, rehberlerin eğitimi ve yetkinliklerinin artırılması için çalışmalar yapmak amacıyla kurulmuş olan birlik, turist rehberlerinin meslekî çıkarlarını temsil eder.

Bu dört kurum ve kuruluş, turizm sektörünün yönetimi, geliştirilmesi ve profesyonellerin faaliyetleri için önemli roller üstlenmektedir. Ayrıca, sektördeki diğer önemli paydaşlar genellikle sivil toplum kuruluşları olarak faaliyet göstermektedir ve sektörün gelişimine katkıda bulunmaktadır.

1.4. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada tarama modelinde betimsel bir çalışma yapılarak Türk Turizminin genel yapısı, yönetim tarzı ve Avrupa'daki ülkelerin turizm yönetim yapıları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yönetim yapısındaki benzerlikler ve farklılıklar saptanmaya çalışılmıştır.

2. YÖNTEM

Bu çalışma, amaca uygun tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Tarama modelinde, geçmiş ya da mevcut bir durumu değiştirmeden betimlemeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak kabul edilir (Karasar, 2009). Araştırmada karşılaştırmalı eğitim araştırmalarında kullanılan yaklaşımlardan biri olan yatay yaklaşım kullanılmıştır. Yatay bir yaklaşımla, turizm yönetim yapısının temel yönleri incelenmiştir. Bu döneme ait değişkenler yan yana getirilerek farklılıklar belirlenmeye çalışılır (Demirel, 2000). Bu çalışmada, yatay yaklaşımla turizm yönetimini oluşturan değişkenler yan yana yerleştirilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Avrupa Ülkelerindeki Turizm Yönetim Yapıları

Araştırma Avrupa'daki İspanya, Yunanistan, Almanya, Avusturya, İsveç, Norveç, Portekiz ve İtalya'daki turizm yapılarını kapsamaktadır. Araştırmada belirttiğiniz ülkeler arasında sadece Yunanistan'da turizm bakanlığı bulunmaktadır. Yunanistan'da Turizm Bakanlığı 2004 yılında kurulmuştur. Diğer ülkelerin çoğunda ise turizm, hükümet düzeyinde iletişim, istihdam ve ekonomi alanındaki bakanlıklar tarafından temsil edilmektedir. Bununla birlikte, çoğu ülkede turizm yönetimi için en yüksek otorite olarak kamu ve özel sektörün birlikte temsil edildiği özerk kuruluşlar bulunmaktadır. Bu kuruluşlar, turizm yönetimi ve politikalarının oluşturulması, geliştirilmesi ve uygulanması konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Ülkelerin turizm yapılarını aşağıda özetlenmiştir.

3.1.1. İspanya

İspanya, dünya genelinde popüler bir turistik destinasyon olarak bilinir ve turizm sektörü ülkenin ekonomisinde önemli bir rol oynar. İspanya, sunduğu çeşitli turistik cazibe merkezleriyle ziyaretçilere geniş bir yelpazede deneyimler sunar. İşte İspanya'da turizm yapısının bazı temel özellikleri:

a) Plajlar: İspanya, sahil şeridi boyunca uzanan güzel plajlarıyla ünlüdür. Özellikle Costa del Sol, Costa Blanca ve Costa Brava gibi bölgelerdeki plajlar, deniz, güneş ve kum tatili için popüler tercihlerdir.

b) Kültürel Miras: İspanya, zengin tarihi ve kültürel mirasıyla da ünlüdür. Özellikle başkent Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia ve Granada gibi şehirlerdeki tarihi yapılar, müzeler ve sanat galerileri turistlerin ilgisini çeker.

c) Kültürel Festivaller: İspanya, renkli ve coşkulu festivalleriyle tanınır. Örneğin, Pamplona'daki San Fermín Festivali'nde dünyaca ünlü "boğa koşusu" gerçekleştirilir. Sevilla'da düzenlenen Semana Santa (Kutsal Hafta) ve La Feria de Abril (Nisan Fuarı) gibi geleneksel festivaller de turistlerin ilgisini çeker.

d) Gastronomi: İspanyol mutfağı dünya çapında ün kazanmıştır. Tapas olarak bilinen küçük atıştırmalıklar, deniz ürünleri, paella, gazpacho gibi lezzetler, İspanya'da gastronomik deneyimler sunar. Ülke genelindeki restoranlar ve sokak pazarları, ziyaretçilere zengin bir yemek kültürü sunar.

e) Doğa ve Aktif Turizm: İspanya, doğal güzellikleri ve doğa parklarıyla da dikkat çeker. Örneğin, Pyrenees Dağları, Sierra Nevada ve Picos de Europa Milli Parkı gibi bölgeler doğa tutkunları ve macera severler için cazip seçenekler sunar. Ayrıca, bisiklet, yürüyüş, dalış, sörf gibi çeşitli açık hava etkinlikleri için uygun alanlar bulunur.

f) Adalar: İspanya'ya bağlı Balear Adaları (Majorca, Ibiza, Menorca) ve Kanarya Adaları (Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote) da popüler turistik bölgelerdir. Güzel plajları, güneşli iklimi ve gece hayatıyla tatilcilerin ilgisini çeker.

İspanya'da turizm alanında faaliyet gösteren bir bakanlık bulunmamaktadır. İspanya'da turizm sektörü, Kültür ve Spor Bakanlığı'na bağlı olarak yönetilmektedir. Bu bakanlık, turizm politikalarını belirlemede, sektörü düzenlemekte ve turizm faaliyetlerini desteklemektedir. İspanya'da turizm ile ilgili politika ve stratejilerin belirlenmesinden sorumlu olan bir Turizm Genel Müdürlüğü (Dirección General de Turismo) bulunmaktadır. Bu genel müdürlük, turizm sektörünün gelişimine yönelik çalışmalar yapmakta ve turizm politikalarını uygulamaktadır. Turizm Genel Müdürlüğü, turizm alanında faaliyet gösteren diğer kamu kurumları, yerel yönetimler ve turizm sektörü temsilcileriyle iş birliği yaparak sektörün gelişimini desteklemektedir. Ayrıca, turizm sektöründe istihdamın artırılması, turizm destinasyonlarının tanıtımı, turist güvenliği, çevresel sürdürülebilirlik ve turizm eğitimi gibi konuları da ele almaktadır. İspanya'da turizm sektörü, Kültür ve Spor Bakanlığı'nın yanı sıra, yerel yönetimler, turizm birlikleri ve özel sektör kuruluşları tarafından da desteklenmektedir. Bu aktörler, turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmak, turizm projelerini desteklemek ve turizm faaliyetlerini düzenlemek amacıyla çalışmaktadırlar.

İspanya'da, iç veya dış seyahatlerin düzenlenmesi için seyahat acentası belgesine sahip olma zorunluluğu vardır. Yasalar, seyahat acentalarını ve tur operatörlerini ayrı ayrı tanımlar. Seyahat acentası olmak için belirlenmiş bir ödenmiş sermaye alt limiti ve mesleki sigorta poliçeleri gibi kriterlere sahip olmak gerekmektedir. İspanya'da seyahat acentalarının yasal olarak üye olması zorunlu bir birlik bulunmamaktadır. Ülkede genellikle bölgesel düzeyde birçok seyahat acentası örgütü bulunmaktadır. Bu seyahat acentaları birlikleri, İspanya Seyahat Acentaları Birlikleri Federasyonu (FEAAV) çatısı altında toplanmış durumdadır (TURSAB,2004).

3.1.2. Yunanistan

Yunanistan, tarihi ve kültürel zenginlikleri, güzel adaları, muhteşem plajları ve antik kalıntılarıyla ünlü bir turistik destinasyondur. Yunanistan'ın turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Antik Kalıntılar ve Arkeoloji: Yunanistan, antik Yunan medeniyetinin doğduğu ve geliştiği yer olarak tarihi kalıntılarıyla ünlüdür. Atina'daki Akropolis, Parthenon Tapınağı ve Delphi'deki antik alanlar gibi yerler, tarih ve arkeoloji meraklılarının ilgisini çeker.

b) Adalar: Yunanistan, Ege Denizi ve İyon Denizi'nde 6,000'den fazla adaya sahiptir. Santorini, Mykonos, Rodos, Kreta ve Corfu gibi adalar, beyaz badanalı evleri, muhteşem plajları ve eşsiz güzellikleriyle ziyaretçilere unutulmaz bir tatil deneyimi sunar.

c) Plajlar ve Deniz Turizmi: Yunanistan, geniş kumsalları, turkuaz suları ve güneşli iklimiyle deniz turizmi için ideal bir ülkedir. Ziyaretçiler, plajların keyfini çıkarabilir, denizde yüzme, şnorkelle dalma, sörf ve yelken gibi su sporları yapabilir.

d) Kültür ve Sanat: Yunanistan, dünyanın en eski kültürlerinden birine ev sahipliği yapmıştır. Yunan mitolojisi, tiyatro ve felsefe gibi alanlarda derin bir mirasa sahiptir. Ayrıca, modern sanat, müzik ve dans etkinlikleri de ziyaretçileri cezbedmektedir.

e) Gastronomi: Yunan mutfağı, lezzetli ve sağlıklı Akdeniz yemeklerini sunar. Zeytinyağı, taze meyve ve sebzeler, deniz ürünleri, kebablar, dolmalar, tzatziki ve baklava gibi lezzetler Yunan mutfağının temel unsurlarıdır. Tavernalar ve restoranlar, geleneksel Yunan lezzetlerini deneyimlemek için ideal mekanlardır.

f) Doğa ve Aktif Turizm: Yunanistan, dağlar, ormanlar, nehirler ve doğal parklarla çevrili bir ülkedir. Dağ tırmanışı, yürüyüş, bisiklet, kuş gözlemciliği ve doğa yürüyüşleri gibi aktiviteler için birçok imkan sunar. Ayrıca, adalar ve kıyı bölgeleri de su sporları, dalış ve deniz turları gibi etkinlikler için popülerdir.

Yunanistan'da, 1950 yılından 2004 yılına kadar Yunan Ulusal Turizm Örgütü (GNTO veya EOT olarak da bilinir), hükümetin turizm politikalarını ve stratejilerini önerme, uygulama ve tanıtımını organize etme göreviyle en üst düzeydeki devlet kuruluşuydu. Ancak 2004 yılında, 122/2004 sayılı kararnameyle bu kurum, yeniden kurulan Turizm Bakanlığı'nın bünyesine dahil edildi. İlk olarak 1927 yılında kurulan ve en son 2001 yılında yasal olarak revize edilen kuruluşun, Tanıtım ve Kalkınma olmak üzere iki genel müdürlüğü bulunmaktadır ve başkanı, Turizm Bakanı tarafından atanan bir süreyle görev yapmaktadır. Bu kuruluşun bünyesinde, halen Kamu İktisadi Teşebbüsü (KIT) olarak faaliyet gösteren Hellenic Tourism Real Estate SA adlı şirket bulunmaktadır. Bu şirketin 700'den fazla turistik tesis içeren bir portföyü vardır, bunlar oteller, marinalar, kamp sahaları, plaj işletmeleri ve termal tesisler gibi çeşitli tipleri kapsamaktadır. Şirket, şu anda elinde bulunan mülklerin bir kısmını borsa açarak özelleştirme çabası içindedir.

GNTO'nun tanıtım bütçesi 2002 yılında 30 milyon dolar ve 2003 yılında ise 38 milyon dolar olarak belirlenmiştir. Yeni hükümetin politikaları henüz net olmasa da, önceki hükümetin Kalkınma Bakanı Akis Tsohatzopoulos, GNTO'nun sadece tanıtımdan sorumlu bir kuruluş haline getirilmesi ve turizm politikaları ile altyapı yatırımları gibi konuların Bakanlık bünyesinde bir genel sekreterlik tarafından yürütülmesi planının düşünüldüğünü açıklamıştır. Tsohatzopoulos ayrıca, tanıtım faaliyetlerinin GNTO bünyesinde kurulacak bir şirket tarafından yürütülmesinin uygun olabileceğini de belirtmiştir. Yeni hükümetin bu alandaki en önemli adımı, GNTO'yu Bakanlık çatısı altına alarak Turizm Bakanlığı'nı kurması olmuştur (TURSAB,2004).

3.1.3. Almanya

Almanya, çeşitli turistik cazibe merkezleri ve kültürel zenginlikleriyle bilinen bir turistik destinasyondur. Almanya'nın turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Tarihi ve Kültürel Miras: Almanya, zengin tarihi ve kültürel mirasıyla tanınır. Berlin Duvarı, Brandenburg Kapısı, Köln Katedrali, Neuschwanstein Şatosu gibi önemli tarihi ve mimari yapılar ziyaretçilerin ilgisini çeker. Ayrıca, Nürnberg'deki Orta çağ şehri, Dresden'deki barok mimarisi ve Rothenburg ob der Tauber'deki tarihi atmosfer gibi yerlerde de tarih ve kültürle dolu deneyimler sunulur.

b) Şehirler ve Kültürel Canlılık: Almanya'nın büyük şehirleri, sanat, müzik, tiyatro ve gece hayatı gibi kültürel etkinliklerle doludur. Berlin, Münih, Hamburg ve Köln gibi şehirler, müzeler, galeriler, konser salonları ve festivaller aracılığıyla ziyaretçilere canlı bir kültürel deneyim sunar.

c) Doğal Güzellikler: Almanya, göller, nehirler, ormanlar ve dağlar gibi doğal güzelliklere sahip bir ülkedir. Bavyera Alpleri, Siyah Orman, Ren Vadisi ve Bavaria'daki Königssee gibi bölgeler, doğa tutkunları ve açık hava aktiviteleri sevenler için popüler seçenekler sunar.

d) Şarap ve Bira Turizmi: Almanya, ünlü bir bira ve şarap kültürüne sahiptir. Bavyera'daki birahaneler ve şarap bağları, ziyaretçilere bira ve şarap tadımı, bira festivalleri ve şarap turları gibi deneyimler sunar.

e) Spa ve Sağlık Turizmi: Almanya, termal suları, spa merkezleri ve sağlık hizmetleriyle de ünlüdür. Baden-Baden, Wiesbaden ve Aachen gibi şehirlerdeki termal spa merkezleri ve sağlık kuruluşları, dinlenme ve iyileşme amacıyla ziyaret edilen yerlerdir.

f) Araba ve Motorsporları Turizmi: Almanya, otomobil tutkunları ve motorsporları hayranları için önemli bir destinasyondur. Nürburgring gibi ünlü yarış pistleri ve otomobil müzeleri, ziyaretçilere motor sporları deneyimi ve otomobil tarihini keşfetme fırsatı sunar.

Federal ve Eyalet Turizm Komisyonu, federal ve eyalet hükümetleri arasında koordinasyonu sağlamak için kurulmuş bir dernektir. Komisyon, Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı ile turizmden sorumlu hükümet bakanlıklarını içermektedir. Bu yasal ve gönüllü temelli komisyon, esas olarak hükümet ve eyaletler arasındaki iş birliğini doğru bir şekilde uygulamaya çalışır. Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı tarafından 1977 yılında kurulan Turizm Endüstrisi Danışma Kurulu, akademik ve iş çevrelerini, belediye organlarını ve diğer turizm endüstrisi derneklerini bir araya getirmek için oluşturulmuştur. Konsey, turizm politikasının planlanmasında Bakanlık destekleri ve tavsiyelerde bulunur. Böylece bakanlığa turizm politikası oluşturmada yardımcı olmak ve tavsiyelerde bulunmak amacıyla oluşturulmuştur (TURSAB, 2004).

3.1.4. Avusturya

Avusturya, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel mirası, kayak merkezleri ve festivalleriyle ünlü bir turistik destinasyondur. Avusturya'nın turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Dağ Turizmi: Alplerin ortasında bulunan Avusturya, dağ manzaraları ve kayak imkânlarıyla ünlüdür. Ziyaretçiler, Kitzbühel, Zell am See, St. Anton gibi kayak merkezlerinde kış sporları yapabilir veya yaz aylarında yürüyüş, bisiklet, dağ tırmanışı gibi açık hava etkinliklerinin keyfini çıkarabilir.

b) Kültürel Miras: Avusturya, tarihi ve kültürel mirasıyla da dikkat çeker. Viyana'daki tarihi binalar, Hofburg Sarayı, Schönbrunn Sarayı ve Stephansdom Katedrali gibi önemli turistik yerler ziyaretçilerin ilgisini çeker. Ayrıca Salzburg'da Mozarteum ve Mozart'ın doğduğu ev gibi müzikal miraslara da rastlanır.

c) Müzik ve Festivaller: Avusturya, dünyaca ünlü müzik festivallerine ev sahipliği yapar. Özellikle Salzburg Festivali ve Viyana Filarmoni Orkestrası'nın Yılbaşı Konseri gibi etkinlikler, müzikseverlerin ilgisini çeker. Ayrıca çeşitli folklor festivalleri ve tiyatro etkinlikleri de ziyaretçilere kültürel deneyimler sunar.

d) Göller Bölgesi: Avusturya'nın göller bölgesi, turkuaz renkli gölleri, yeşil dağları ve doğal güzellikleriyle ünlüdür. Wolfgangsee, Hallstättersee ve Neusiedlersee gibi göller, su sporları, tekne gezileri ve doğa yürüyüşleri için popüler seçenekler sunar.

e) Sağlık ve Spa Turizmi: Avusturya, termal kaynakları ve sağlık tesisleriyle de ünlüdür. Bad Gastein, Baden ve Ötztal gibi bölgelerdeki spa merkezleri ve sağlık otelleri, ziyaretçilere rahatlatma, yenilenme ve sağlık turizmi imkânları sunar.

f) Kültürel ve Gastronomik Deneyimler: Avusturya'nın zengin kültürü ve mutfak geleneği, ziyaretçilere çeşitli deneyimler sunar. Viyana'da kahvehaneler, müzeler ve opera evleri, kültürel açıdan zengin bir deneyim sunarken, Viyana schnitzel, Sachertorte, Apfelstrudel gibi geleneksel lezzetler de gastronomik turizmde öne çıkar.

Toplam Gayri Safi Yurtiçi Hasılasının yaklaşık %6,5'ini turizmin oluşturduğu Avusturya'da, turizm yönetiminde yerel yönetimler ile özel sektör önemli bir role sahiptir. Avusturya Ulusal Turizm Ofisi, ülkenin en üst düzey tanıtım kuruluşudur ve 2002 yılında 45 milyon dolarlık bir bütçeye sahiptir. Federasyonu federatif eyaletler ile Federal Ekonomi Odası gibi kuruluşlar oluşturmaktadır. Ekonomik İşler Bakanı, doğal olarak kuruluşun başkanıdır. Avusturya yasalarına göre, turizmle ilgili tüm konular dokuz federal eyaletin sorumluluk almasıyla yönetilmektedir. Avusturya Ekonomik İşler Federal Bakanlığı, bu federal hükümetler ve diğer turizmle ilgili birimler arasında koordinasyonu sağlamakla görevlidir. Avusturya Ekonomik İşler Federal Bakanlığı içerisinde bir Turizm Endüstrisi Departmanı yer almaktadır. Ayrıca, turizm projelerine finansman ve danışmanlık desteği sağlayan Avusturya Turizm Bankası, turizm

sektöründeki küçük ve orta ölçekli işletmelere destek veren AWS, ulusal ve bölgesel çalışmaları destekleyen Avusturya Bölgesel Planlama Konferansı ve Avusturya Turizm Sektörü Mütevelli Heyeti gibi kuruluşlar da turizm alanında önemli roller üstlenmektedir. Bu kuruluşlar, turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmak, sektörün çıkarlarını temsil etmek, destek sağlamak, koordinasyonu sağlamak ve ilişkileri düzenlemek gibi görevleri yerine getirmektedir (Advantageaustria, t.y).

3.1.5. İsveç

İsveç, doğal güzellikleri, tarihi şehirleri, kültürel mirası ve açık hava aktiviteleriyle ünlü bir turistik destinasyondur. İsveç'in turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Doğal Güzellikler: İsveç, ormanlar, göller, nehirler ve dağlarla çevrili bir ülkedir. Storsjön, Vänern ve Vättern gibi büyük göller, yüzme, yelken, kanoyla gezinti gibi su sporları için idealdir. İsveç'in kuzeyi, kış aylarında kuzey ışıkları (Aurora Borealis) izlemek için popüler bir bölgedir.

b) Stockholm: Başkent Stockholm, tarihi ve modern bölümleriyle turistlerin ilgisini çeken bir şehirdir. Gamla Stan (Eski Şehir), Kraliyet Sarayı, Vasamuseet (Vasa Müzesi) ve Skansen gibi turistik yerler ziyaretçileri çeker. Stockholm ayrıca ünlü müzik festivallerine ve moda etkinliklerine de ev sahipliği yapar.

c) Göteborg: İsveç'in ikinci büyük şehri olan Göteborg, büyüleyici kanalları, müzeleri, parkları ve açık hava pazarlarıyla bilinir. Liseberg Lunaparkı, Göteborg Opera Binası ve Universeum Bilim Merkezi, şehirdeki popüler turistik yerlerdir.

d) Laponya Bölgesi: İsveç'in kuzeyinde yer alan Laponya, kutup dairenin kuzeyinde yer alan büyümlü bir bölgedir. Bu bölge, doğal güzellikleri, Ren geyikleri, kış aylarında kızak köpekleriyle yapılan safariler ve kuzey ışıkları gözlemi gibi deneyimler sunar.

e) Kültürel Miras: İsveç, tarihi ve kültürel mirasıyla da zengindir. Uppsala Katedrali, Drottningholm Sarayı ve Gotland Adası'ndaki Visby Hansa Şehri, tarihi ve mimari açıdan önemli yerlerdir. Ayrıca, İsveç, ünlü yazarlar ve sanatçıların evlerine ev sahipliği yapmasıyla edebiyat ve sanatseverler için de cazip bir destinasyondur.

f) Açık Hava Aktiviteleri: İsveç, doğa severlere birçok açık hava aktivitesi imkânı sunar. Yürüyüş, bisiklet, kano, balıkçılık ve kış aylarında kayak, snowboard ve kızak gibi etkinlikler popülerdir. İsveç'in arazi yapısı ve doğal parkları, macera ve doğa sporları sevenler için idealdir.

İsveç hükümeti doğrudan turizm pazarlamasına dâhil değildir. Ancak KOBİ politikası, bölgesel politika, yapısal politika ve kültürel politika gibi turizmin gelişimine ilişkin kararları etki etmektedir. İş ve Komünikasyon Bakanlığı, İsveç turizm endüstrisini hükümet düzeyinde temsil etmektedir. Bununla birlikte, turizmle ilgili doğrudan hizmet veren en üst kuruluş olan İsveç Turizm Otoritesi (STA), Bakanlıktan bağımsız olarak faaliyet göstermektedir. STA, İsveç turizmini geliştirmek, istatistikleri toplamak, turizmle ilgili girişimlere katılmak, turizmle ilgili bilgileri derlemek, bölgeler arası iş birliğini geliştirmek, ilgililere iletmek, kamu ve özel sektör iş birliğini teşvik etmek gibi çeşitli misyonlara sahiptir. İsveç Seyahat ve Turizm Konseyi (STTC), özel sektör ve devlet kuruluşlarının yarı yarıya temsil edildiği bir kuruluştur. STTC, İsveç'i bir destinasyon olarak pazarlamak amacıyla kurulmuştur. Özel sektöre ait hisselerin yüzde 50'si, yaklaşık 200 turizmle ilgili özel sektör şirketine aittir. Konseyin 13 pazarlama ofisinde yaklaşık 60 çalışanı bulunmaktadır ve tüm giderleri devlet tarafından karşılanmaktadır. 2004 için ayrılan devlet bütçesi 87 milyon İsveç Kronu olarak belirlenmiştir. İsveç Turizm ve Seyahat Endüstrisi Federasyonu, İsveç turizm endüstrisinin çatısı altında yer alan bir federasyondur. Parlamento hükümet, diğer resmi organlar ve özel sektör kuruluşlarını temsil etmektedir. İsveç Tur Operatörleri Derneği (FRA ve RIS), İsveç Araba Kiralama Derneği (BURF), İsveç Seyahat Acenteleri Derneği (SRF), İsveç Gemi Yolcuları Derneği (PRF) ve İsveç Havayolları gibi birçok dernek bu derneğin üyesidir. Dernek 1937 yılında kurulan İsveç Seyahat Acenteleri Birliği'nin (SRF) 100'den fazla üyesi vardır ve İsveç'teki seyahat acentelerinin çoğu bu derneğin üyesidir. İsveç Turizm Ağı'nın misyonu ise turizmle ilgili tüm imkân ve koşulları iyileştirmek ve sektöre katkıyı artırmaktır (Wikipedia, t.y).

3.1.6. Norveç

Norveç, doğal güzellikleri, fiyortları, dağları, buzulları ve kuzey ışıklarıyla ünlü bir turistik destinasyondur. Norveç'in turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Fiyortlar: Norveç, ünlü fiyortlarıyla tanınır. Geirangerfjord, Sognefjord, Hardangerfjord gibi fiyortlar, muhteşem manzaraları ve teknelerle yapılan gezileriyle ziyaretçilerin ilgisini çeker. Fiyort bölgelerinde yürüyüş, dağ bisikleti ve balıkçılık gibi etkinlikler yapmak da mümkündür.

b) Doğal Güzellikler: Norveç, dağlar, buzullar, göller ve nehirler gibi doğal güzelliklere sahiptir. Jotunheimen Milli Parkı, Trolltunga, Preikestolen (Pulpit Rock) gibi yerler doğa tutkunları için popüler seçeneklerdir. Ayrıca, Lysefjord ve Hardangervidda gibi bölgeler de doğal güzellikleriyle ön plana çıkar.

c) Kuzey Işıkları: Norveç, kış aylarında kuzey bölgelerinde kuzey ışıklarını (Aurora Borealis) gözlemlemek için popüler bir destinasyondur. Tromsø, Lofoten Adaları ve Alta gibi bölgeler, kuzey ışıklarının en iyi görüldüğü yerlerdir.

d) Oslo: Norveç'in başkenti Oslo, kültürel ve tarihi yerleriyle turistlerin ilgisini çeker. Viking Gemi Müzesi, Vigeland Heykel Parkı, Oslo Opera Binası ve Nobel Barış Merkezi gibi önemli turistik yerler ziyaretçilere çeşitli deneyimler sunar.

e) Açık Hava Aktiviteleri: Norveç, açık hava aktiviteleri için ideal bir ülkedir. Kış aylarında kayak, snowboard ve kızak gibi kış sporları yapabilirsiniz. Yaz aylarında ise yürüyüş, dağ bisikleti, balıkçılık, deniz kayakingi gibi etkinliklere katılabilirsiniz. Norveç ayrıca dünyanın en iyi sahil yolculuklarından biri olan Hurtigruten feribot yolculuğuna da ev sahipliği yapar.

f) Kuzey Denizi: Norveç'in batı kıyısı, sahil şeridi boyunca uzanan Kuzey Denizi ile ünlüdür. Bu bölgede deniz turları, balıkçılık turları, deniz kuşları gözlemi ve deniz memelileriyle yapılan geziler gibi deniz aktivitelerine katılabilirsiniz.

Norveç'in turizm sektörü, ülke ekonomisinin yaklaşık %4'ünü oluşturmaktadır. Bu alanda Norveç Turizm Kurulu, Norveç hükümeti ve turizm endüstrisi tarafından 1984 yılında kurulmuş önemli bir organizasyon ve iş birimidir. Norveç'in turizm sektörü, Norveç Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'na bağlı olarak hem yurtiçinde hem de yurtdışında faaliyet göstermektedir. Norveç'te turizm sektörü genellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Bu şirketlerin çoğu şehirlerde faaliyet göstermektedir ve bölge için gelir sağladıkları için bölge sanayisi için çok önemlidir (TURSAB,2004).

3.1.7. Portekiz

Portekiz, güzel plajları, tarihi şehirleri, zengin kültürel mirası ve doğal güzellikleriyle ünlü bir turistik destinasyondur. Portekiz'in turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Lizbon: Portekiz'in başkenti Lizbon, tarihi ve modern unsurları bir araya getiren bir şehirdir. Belem Kulesi, Jeronimos Manastırı, São Jorge Kalesi ve Alfama gibi turistik yerler ziyaretçilerin ilgisini çeker. Ayrıca, Lizbon'un sokakları, tramvayları, lezzetli yemekleri ve canlı gece hayatı da turistler için cazip hale getirir.

b) Porto: Porto, ünlü Porto Şarabı'nın doğduğu yer olarak bilinir. Douro Nehri kıyısında yer alan Porto, tarihi Ribeira Bölgesi, Luiz I Köprüsü ve Porto Katedrali gibi turistik yerleriyle ziyaretçileri cezbeder. Ayrıca, Portekiz'in diğer bölgelerinde olduğu gibi Porto da lezzetli deniz ürünleri ve geleneksel Portekiz mutfağıyla ünlüdür.

c) Fado Müziği: Portekiz'in geleneksel müziği olan Fado, turistler arasında popülerdir. Özellikle Lizbon ve Coimbra gibi şehirlerde, Fado evlerinde gerçekleşen canlı performanslar ziyaretçilere etkileyici bir müzik deneyimi sunar.

d) Plajlar ve Deniz Turizmi: Portekiz, Atlantik Okyanusu'na kıyısı olan bir ülkedir ve güzel plajlarıyla ünlüdür. Algarve bölgesi, Portekiz'in en popüler tatil bölgelerinden biridir ve güneşlenme, yüzme ve su sporları için idealdir. Ayrıca, Cascais, Sintra ve Ericeira gibi diğer sahil bölgeleri de ziyaretçilerin ilgisini çeker.

e) UNESCO Dünya Mirası Siteleri: Portekiz, birçok UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil olan tarihi ve kültürel alanlara ev sahipliği yapar. Örneğin, Sintra'daki Pena Sarayı, Batalha Manastırı, Evora'nın tarihi merkezi ve Porto'daki Ribeira Bölgesi gibi yerler, tarihi ve mimari açıdan önemli turistik yerlerdir.

f) Adalar: Portekiz'e bağlı Azor Adaları ve Madeira Adaları, doğal güzellikleri, volkanik manzaraları ve çiçek tarlalarıyla ünlüdür. Bu adalar, doğa yürüyüşleri, balıkçılık, dalış ve kuş gözlemciliği gibi açık hava aktiviteleri için idealdir.

Portekiz'de özel sektör turizm yönetiminde doğrudan bir rol oynamamaktadır. Turizm sektörü, Ekonomi Bakanlığı'na bağlı Turizm Genel Müdürlüğü (DGT) tarafından yönetilmektedir. Bu departman 1968'de kurulmuş ve mevzuatı 1998'de çıkarılan bir kanunla yeniden düzenlenmiştir (DL 292/98, 18 Eylül).

Turizm Genel Müdürünün görevleri arasında ülke turizm politikasının hazırlanması ve uygulanması yer almaktadır. Ayrıca, turizm gelişimine uygun altyapı ve üstyapı yatırımlarının planlanması, standartların oluşturulması ve izlenmesi de daire başkanlığının görevleri arasında yer almaktadır.

Genel Müdürlüğe bağlı bir kuruluş olan Turizm Fonlama ve Destekleme Enstitüsü, turizm sektörünün alt ve üst yapısını geliştirmek, güçlendirmek ve modernize etmek amacıyla faaliyet göstermektedir. Bu kuruluş, ilgili yatırım ve projelere kamu teşvikleri sunmakta olup krediler, doğrudan ortaklıklar ve konsorsiyum katılımları gibi teşvikler sağlamaktadır.

Portekiz'de yaklaşık 800 seyahat acentası bulunmaktadır. Seyahat acentası olarak faaliyet gösterebilmek için Turizm Genel Müdürlüğü tarafından verilen bir lisansa sahip olmak ve asgari sermaye yeterliliği gibi belirli kriterleri yerine getirmek gerekmektedir. Portekiz Seyahat Acentaları Derneği (APAVT), seyahat acentalarının en büyük örgütüdür ve yaklaşık 250 üyesi bulunmaktadır. APAVT, seyahat acentalarının çıkarlarını temsil etmek, sektörün gelişimine katkıda bulunmak ve üyelerine destek sağlamak amacıyla faaliyet göstermektedir (TURSAB, 2005).

3.1.8. İtalya

İtalya, tarihi, kültürel zenginlikleri, sanat eserleri, lezzetli mutfağı ve güzel doğal manzaralarıyla ünlü bir turistik destinasyondur. İtalya'nın turizm yapısı aşağıdaki özellikleri içermektedir:

a) Roma: İtalya'nın başkenti Roma, antik Roma İmparatorluğu'nun kalıntılarına ev sahipliği yapar. Colosseum, Roma Forumu, Pantheon ve Vatikan gibi turistik yerler ziyaretçileri cezbeder. Ayrıca, Roma'daki San Pietro Meydanı ve İspanyol Merdivenleri gibi popüler meydanlar da turistlerin ilgisini çeker.

b) Floransa: Floransa, Rönesans döneminin merkezi olarak bilinir ve birçok sanat ve kültür eserine ev sahipliği yapar. Michelangelo'nun Davut heykeli, Uffizi Galerisi, Ponte Vecchio ve Duomo Katedrali gibi turistik yerler ziyaretçilere sanatsal ve tarihi bir deneyim sunar.

c) Venedik: Venedik, kanalları, tarihi köprüleri ve gondollarıyla ünlüdür. San Marco Meydanı, Rialto Köprüsü, Canal Grande ve San Marco Bazilikası gibi turistik yerler ziyaretçileri cezbeder. Ayrıca, Venedik Bienali gibi uluslararası sanat etkinlikleri de şehrin cazibesini artırır.

d) Amalfi Sahili: Amalfi Sahili, İtalya'nın güneyinde yer alan bir sahil şerididir. Yüksek tepeler üzerine kurulmuş renkli köyler, manzaraları ve lüks tatil beldeleriyle ünlüdür. Positano, Amalfi ve Ravello gibi yerler, turistlerin plaj tatilleri için tercih ettiği bölgelerdir.

e) Sicilya: Sicilya, güzel plajları, antik kalıntıları ve lezzetli mutfağıyla ünlüdür. Palermo, Siracusa, Taormina ve Agrigento gibi şehirler, tarihi ve kültürel mirasıyla turistlerin ilgisini çeker. Ayrıca, Etna Yanardağı'nın eteklerinde yapılan trekking turları da popülerdir.

f) Toskana: Toskana, üzüm bağları, zeytinlikler ve tepeleriyle ünlüdür. Bu bölge, ünlü şarapları, tarihi kasabaları (Siena, San Gimignano, Lucca) ve Floransa'nın sanat hazineleriyle turistlerin ilgisini çeker. Toskana'da yapılacak şarap turları, yemek atölyeleri ve doğa yürüyüşleri gibi etkinlikler popülerdir.

İtalya'da Turizm Bakanlığı olmadığından turizmi Verimli Aktiviteler Bakanlığı (Ministero delle Attività Produttive) temsil etmektedir. Bu bakanlığın bünyesinde Turizm Genel Müdürlüğü bulunmaktadır. İtalya Devlet Turizm Kurulu (ENIT) ise tanıtım, pazarlama, araştırma ve koordinasyon işlerinden sorumlu bir devlet kuruluşudur. ENIT kanunla oluşturulmuştur ve 2003 yılındaki satış promosyonu bütçesi yaklaşık 28 milyon Euro'dur. Kurulda kamu, belediye ve özel sektör kuruluşlarının temsilcileri yer alır. Son yıllarda, özel sektör ve yerel kurumların etki sahibi olabilmesi için ENIT yapısının yeniden düzenlenmesi için bakanlar düzeyinde çabalar sarf edilmiştir. İtalya'da özel sektör ve turizmle ilgili yerel yönetimler, İtalyan Ulusal Seyahat ve Turizm Derneği çatısı altında birleştirilmiştir. Bu dernek konaklama tesisleri, seyahat acentaları, turizm organizasyonları, belediyeler ve özel şirketler gibi birçok kuruluşu içermektedir. Bu yapı, endüstriyel birlik olarak güçlü bir konuma sahip olan bir federasyondur. Ancak ENIT'in tanıtım ve turizm yönetiminden sorumlu olduğu içerisinde bu federasyonun söz sahibi olmaması tartışma konusu olmuştur (TURSAB, 2004).

4. SONUÇ

Bu araştırma, Avrupa'da İspanya, Yunanistan, Almanya, Avusturya, İsveç, Norveç, Portekiz ve İtalya'daki turizm yapılarını incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, Yunanistan dışındaki ülkelerde turizm yönetimi ve politikaları, hükümet düzeyinde iletişim, istihdam ve ekonomi alanındaki bakanlıklar

tarafından temsil edilmektedir. Yunanistan'da ise 2004 yılında kurulan Turizm Bakanlığı, turizm sektörünün yönetimi ve politikalarının belirlenmesinden sorumludur. Diğer ülkelerde ise turizm yönetimi için genellikle kamu ve özel sektörün birlikte temsil edildiği özerk kuruluşlar bulunmaktadır. Bu kuruluşlar, turizm sektörünün geliştirilmesi ve uygulanması konusunda önemli bir role sahiptir. Bu özerk kuruluşlar, turizm yönetimi ve politikalarının oluşturulması, tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi, turistik bölgelerin planlanması ve sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması gibi konularda çalışmalar yapmaktadır. Turizm sektöründeki kamu-özel işbirliği, sektörün büyümesini teşvik etmekte ve sürdürülebilir bir turizm anlayışını desteklemektedir.

Sonuç olarak, bu ülkelerde turizm yönetimi ve politikalarının çoğunlukla hükümet düzeyinde iletişim, istihdam ve ekonomi alanındaki bakanlıklar tarafından temsil edildiği görülmektedir. Ancak, turizm sektörünün geliştirilmesi ve yönetimi için özerk kuruluşlar da önemli bir rol oynamaktadır. Bu kuruluşlar, turizm politikalarının belirlenmesi, tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının desteklenmesi gibi konularda çalışmalar yapmaktadır. Tablo 1 'de ülkelerin yapıları özetlenmiştir.

Tablo 1. Ülkelerin Turizm Yapısı

Ülkeler	Hükümet düzeyinde temsil	Özerk kuruluşlar	Özel sektör
Türkiye	Kültür ve Turizm Bakanlığı	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Turist Rehberleri Birliği (TUREB) Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)	Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) Turizm Akademisyenleri Derneği (TUADER)
İspanya	Endüstri Turizm ve Ticaret Bakanlığı içinde Turizm ve Ekonomi Genel Sekreterliği, 19 Otonom bölgede Turizm Konseyleri	Bakanlıklararası Turizm Komisyonu Turizm Sektör Konferansı	Turizm Sektör Konferansı'na katılarak 19 otonom bölgenin Turizm Konseyleri'nde temsil edilmektedir
Yunanistan	Turizm Bakanlığı içinde Yunan Ulusal Turizm Örgütü (GNTO)	Yok	Turizm faaliyetlerinde yer almamaktadırlar.
Almanya	Ekonomi ve Çalışma Bakanlığı Turizm Danışma Konseyi	Alman Turizm Merkezi (DZT) Kamu ve özel sektör ortaklığı vardır. Yönetim Kurulu Seçimle iş başına gelir. Bütçesini ağırlıklı olarak devletten almaktadır.	Özel sektör şirketleri ve kuruluşları üyeleri DZT'de hükümet temsilcileriyle birlikte söz sahibidir.
Avusturya	Ekonomik İşler Bakanlığı 9 Federal bölgeye ait turizm yönetimleri büyük yetkilere sahiptir	Avusturya Ulusal Turizm Ofisi Bakanlık, Federal hükümetler ve Federal Ticaret Odası Bütçesinin çoğunluğunu devletten almaktadır	Federal Ticaret Odası'nın katılımı ile Avusturya Ulusal Turizm Ofisi'nde söz hakkına sahiptir.
İsveç	İş ve İletişim Bakanlığı Bölgesel kuruluşlar Çoğu Turizm Kurulları şeklinde ve özellikle tanıtım alanında faaliyet göstermektedir.	İsveç Turizm Otoritesi (STA) Bakanlıktan en üst bağımsız turizm kuruluşudur. İsveç Seyahat ve Turizm Konseyi Tanıtımla görevli Bütçesini devlet sağlamaktadır.	İsveç Turizm ve Seyahat Konseyi'nde özel sektör temsil edilmektedir.
Portekiz	Ekonomi Bakanlığı'na bağlı Turizm Genel Müdürlüğü (DGT)	Portekiz Dış Ticaret Enstitüsü (ICEP) Kuruluşun Yönetim Kurulu Bakanlar Kurulu tarafından atanmaktadır.	Turizm faaliyetlerinde yer almamaktadırlar.
Norveç	Norveç Ticaret ve Endüstri Bakanlığı	Norveç Turizm Ofisi	Norveç Turizm Ofisi'nde Kamu ve özel sektör kuruluşları ortaklaşa temsil edilmektedirler.
İtalya	Verimli Aktiviteler Bakanlığı (Ministry of Productive Activities) Turizm Genel Müdürlüğü	İtalyan Devlet Turizm Kurulu (ENIT) Yönetim kurulu kamu yerel yönetimler ve özel sektör temsilcilerinden oluşmaktadır. Ulusal Seyahat ve Turizm Endüstrisi Federasyonu (Federturismo-Confindustria)	Özel sektör ENIT yönetiminde söz sahibidir.

5. ÖNERİLER

Araştırma kapsamında diğer ülkelerin turizm yapıları göz önüne alındığında zengin tarih, kültür ve doğal değerlere sahip olmasıyla ülkemizin turizm potansiyelini değerlendirebilmek aşağıdaki çalışmalar yapılabilir.

Turizm Altyapısının Güçlendirilmesi: Türkiye'nin turizm sektörünün gelişmesi için turizm altyapısının güçlendirilmesi önemlidir. Bu, otel ve konaklama tesislerinin modernizasyonu, ulaşım ağının iyileştirilmesi ve turistik bölgelerin altyapı ihtiyaçlarının karşılanması anlamına gelir. Bu yatırımlar, turistlerin memnuniyetini artırarak Türkiye'yi daha cazip bir turizm destinasyonu haline getirecektir.

Sürdürülebilir Turizm Politikalarının Uygulanması: Türkiye'nin turizm sektörünün geleceği için sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması önemlidir. Bu, çevresel korumayı destekleyen, yerel

toplulukların kalkınmasını teşvik eden ve kültürel mirasın korunmasını sağlayan politikaların benimsenmesini gerektirir. Sürdürülebilir turizm, hem doğal kaynakları koruyarak hem de yerel ekonomiye katkı sağlayarak uzun vadeli başarıyı destekler.

Turizm Bölgelerinin Çeşitlendirilmesi: Türkiye'nin turizm sektörünün büyümesi için turizm bölgelerinin çeşitlendirilmesi önemlidir. Ülkenin çeşitli coğrafi bölgeleri, farklı turistik cazibe merkezlerine sahiptir. Bu potansiyel, turizm destinasyonlarının çeşitlendirilmesi ve yeni turistik bölgelerin geliştirilmesiyle değerlendirilmelidir. Bu, turistlerin farklı deneyimler yaşayabileceği ve Türkiye'nin turizm çeşitliliğini artırabileceği anlamına gelir.

Turizm Tanıtım Faaliyetlerinin Artırılması: Türkiye'nin turizm sektörünün büyümesini desteklemek için tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir. Turizm potansiyelini vurgulayan etkili pazarlama stratejileri ve kampanyaları geliştirilmelidir. Bu, dijital medya, sosyal medya ve turizm fuarları gibi kanalların etkin bir şekilde kullanılmasını içerir. Türkiye'nin zengin turistik değerlerinin uluslararası pazarda daha iyi tanıtılması, turist sayısının artmasına katkı sağlayacaktır.

Eğitim ve Nitelikli İnsan Kaynağı: Türkiye'nin turizm sektörünün kalitesini artırmak için eğitim ve nitelikli insan kaynağı önemlidir. Turizm sektöründe çalışanların müşteri memnuniyetini sağlamak için iyi eğitim almış olmaları gerekmektedir. Turizm sektöründe hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve uluslararası standartlara uygun bir deneyim sunulması için çalışanların turizm sektörüne özgü bilgi ve becerilerle donatılması önemlidir. Bu kapsamda, turizm okulları ve eğitim kurumlarıyla iş birliği yapılabilir, sektör çalışanlarına yönelik mesleki eğitim programları düzenlenebilir ve turizm personelinin sürekli eğitimine önem verilebilir.

İş birliği ve Koordinasyon: Türkiye'nin turizm sektörünün başarılı olması için iş birliği ve koordinasyon önemlidir. Kamu kurumları, özel sektör, turizm işletmeleri ve yerel topluluklar arasında etkili iletişim ve iş birliği sağlanmalıdır. Bu, turizm politikalarının geliştirilmesi ve uygulanmasında, turizm projelerinin planlanması ve yönetiminde ortaklığı teşvik eder. Ayrıca, turizm sektörünü destekleyen diğer sektörlerle, örneğin ulaşım, kültür ve gastronomi gibi alanlarda sinerji yaratılabilir.

Yenilikçilik ve Teknoloji: Türkiye'nin turizm sektörünün rekabet gücünü artırmak için yenilikçilik ve teknolojiye odaklanması gerekmektedir. Yeni trendlere uyum sağlamak, dijital pazarlama ve rezervasyon sistemleri gibi teknolojik gelişmeleri kullanmak sektörün büyümesini destekleyebilir. Ayrıca, turist deneyimini zenginleştiren yenilikçi turizm ürünleri ve hizmetleri geliştirilmelidir. Yenilikçilik ve teknoloji, turizm sektöründe rekabet avantajı sağlayabilir ve Türkiye'yi diğer Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında daha cazip hale getirebilir.

Bu öneriler, Türkiye'nin turizm sektörünün gelişmesi ve rekabetçi bir turizm destinasyonu olması için dikkate alınması gereken alanları vurgulamaktadır. Turizm sektöründe yapılan yatırımlar, sürdürülebilir politikaların uygulanması, eğitim ve nitelikli insan kaynağı, iş birliği ve koordinasyon, yenilikçilik ve teknoloji gibi faktörlerin birlikte ele alınması, Türkiye'nin turizm potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmesine yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Advantageaustria (t.y.). https://www.advantageaustria.org/tr/zentral/branchen/tourismus-nach-sterreich/zahlen-und-fakten/Zahlen_und_Fakten.tr.html.
- Bilgiçli, İ., & Altınkaynak, F. (2016). Turizm Endüstrisinin Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi; Ekonomi Paradigmasıyla Yaklaşım. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(12), 560-580.
- Demirel, Ö. (2000). *Karşılaştırmalı eğitim*. PeGem A Yayıncılık.
- Kalkınma Bakanlığı (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Kamu Harcamalarında Etkinlik Çalışma Grubu Raporu.
- Karasar, N. (2009). Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar-ilkeler-teknikler. *Nobel Yayın Dağıtım*.
- TÜİK, (2020). Turizm İstatistik, <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>
- TÜRSAB, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2004). Onlar Nasıl Yönetiyor. http://tursab.org.tr/dosya/950/16_950_5019684.pdf.
- TÜRSAB, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2005). Norveç Turizm Endüstrisi. http://www.tursab.org.tr/dosya/996/05mntnovec_996_904375.pdf
- Wikipedia. https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0ve%C3%A7%27te_turizm.