

### Turizm sektörünün sorunlarına yönelik kavramsal bir çalışma

### A CONCEPTUAL STUDY ON THE PROBLEMS OF THE TOURISM SECTOR

Yeşim ÖZ<sup>1</sup>, Atınç OLCA<sup>2</sup>, Ercan İNCE<sup>3</sup>

#### ÖZET

#### Geliş Tarihi:

14.05.2025

#### Kabul Tarihi:

07.08.2025

#### Yayın Tarihi:

12.12.2025

#### Anahtar Kelimeler

Turizm  
Sektör Sorunları  
Sürdürülebilir  
Turizm

#### Keywords

Tourism  
Industry Issues  
Sustainable  
Tourism

Turizm sektörü, küresel ölçekte ekonomik büyüme, istihdam ve kültürel etkileşim açısından önemli katkılar sağlarken, günümüzde çok boyutlu ve karmaşık sorunlarla karşı karşıyadır. Sektörün başlıca sorunları arasında pazarlama ve tanıtım eksikliği, yetersiz altyapı, etkin yönetim ve organizasyon eksikliği, finansal düzenlemelerdeki zorluklar, konaklama tesislerinin yanlış planlanması, çevresel kirlilik, ürün ve hizmet çeşitliliğinin sınırlı olması, mevsimsel yoğunlaşma, ulaşım problemleri, kapsamlı ve sürdürülebilir turizm politikalarının eksikliği ile imaj sorunları yer almaktadır. Bu sorunlar, turizm destinasyonlarının rekabet gücünü azaltmakta, sürdürülebilir kalkınmayı engellemekte ve yerel topluluklar üzerinde olumsuz sosyal ve çevresel etkiler yaratmaktadır. Ayrıca, küresel krizler, doğal afetler ve sağlık tehditleri gibi dışsal faktörler de sektörün kırılganlığını artırmaktadır. Sektörün uzun vadeli başarısı için, bütüncül ve sürdürülebilir yaklaşımların benimsenmesi, paydaşlar arasında iş birliğinin güçlendirilmesi ve çevresel, sosyal ve ekonomik dengelerin gözetilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, yenilikçi ve kapsayıcı politikalar geliştirilmesi, turizmin olumlu etkilerinin artırılmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, turizm sektörünün karşı karşıya olduğu başlıca sorunları kavramsal bir çerçevede inceleyerek, mevcut problemlerin nedenlerini ve sektöre etkilerini ortaya koymak ve çözüm önerileri sunmaktır. Ayrıca, sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesine yönelik literatür temelli bir değerlendirme yapmak hedeflenmiştir.

#### ABSTRACT

While the tourism sector makes significant contributions to global economic growth, employment, and cultural interaction, it currently faces multidimensional and complex challenges. The main issues confronting the sector include a lack of effective marketing and promotion, inadequate infrastructure, deficiencies in management and organization, difficulties in financial regulations, improper planning of accommodation facilities, environmental pollution, limited diversity of products and services, seasonality, transportation problems, the absence of comprehensive and sustainable tourism policies, and image-related problems. These challenges reduce the competitiveness of tourism destinations, hinder sustainable development, and create adverse social and environmental impacts on local communities. Furthermore, external factors such as global crises, natural disasters, and health threats increase the sector's vulnerability. For the long-term success of the sector, it is essential to adopt holistic and sustainable approaches, strengthen cooperation among stakeholders, and maintain a balance between environmental, social, and economic considerations. In this context, the development of innovative and inclusive policies plays a critical role in enhancing the positive impacts of tourism. The primary aim of this study is to examine the main problems faced by the tourism sector within a conceptual framework, to reveal the causes and effects of these issues on the sector, and to offer solution proposals. Additionally, the study aims to provide a literature-based evaluation for the development of sustainable tourism policies.

<sup>1</sup> MEB, Mehmet Rüştü Uzel Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, [ysmbrlarm@gmail.com](mailto:ysmbrlarm@gmail.com),  ORCID ID: 0000-0001-5300-6455

<sup>2</sup> Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, [olcay@gantep.edu.tr](mailto:olcay@gantep.edu.tr)

 ORCID ID: 0000-0003-0407-5467

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, [ercan.ince@igdir.edu.tr](mailto:ercan.ince@igdir.edu.tr)

 ORCID ID: 0000-0003-4821-8140

## 1. Giriş

Turizm endüstrisi hem gelirlerde hem de turist sayısında sürekli bir büyüme göstermiş ve neredeyse dünyanın her yerine yayılarak geniş ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel izler bırakmıştır. Bu büyümeyi destekleyen faktörler arasında gelirlerin ve zenginliğin artışı, ulaşımın iyileşmesi, değişen yaşam tarzları ve tüketici değerleri, artan boş zaman, uluslararası açıklık ve küreselleşme, göç, özel etkinlikler, eğitim, bilgi ve iletişim teknolojileri, destinasyon pazarlaması ve tanıtımı, genel ve turizm altyapısının iyileştirilmesi gibi etmenler bulunmaktadır (Matias vd., 2007). Turistik faaliyet, ev sahibi ülkeler ve turistlerin ülkeleri arasında önemli ekonomik faydalar sağlar. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, bir ülkenin kendisini turizm destinasyonu olarak tanıtmalarının temel motivasyonlarından biri döviz kazançları, hükümet gelirlerine katkılar, istihdam ve iş fırsatlarının yaratılması yoluyla beklenen ekonomik iyileşmedir. Küresel turizm endüstrisi, ekonomik büyümenin ve kültürel alışverişin temel taşlarından biri olmasına rağmen çeşitli zorluklarla da baş etmektedir. İstihdam yaratma, gelir oluşturma ve kültürler arası anlayışa katkıları inkâr edilemese de sektör sürdürülebilirlik adına birçok sorun bu sektörü etkilemektedir. Genel olarak turizm sektörü; pazarlama ve tanıtım eksikliği, alt yapı, yönetim, mali düzenlemeler, tesislerin yanlış yapılanması, çevre kirliliği, çeşitliliğin az olması, mevsimlik yoğunlaşma, ulaştırma, politika ve sosyo-ekonomik gibi sorunlarla karşı karşıyadır. Turizm altyapısı, turizm gelişiminin temeli olduğu kadar destinasyon kaynaklarının kullanımı için de bir temel oluşturmaktadır. Turizm altyapısının önemi, turizm hizmetlerinin üretim ve dağıtımının verimliliğinin artırılmasına katkıda bulunabilmesi ve uzak destinasyonlar gibi bazı durumlarda turizm hizmetlerinin arzını bile arttırabilmesi gerçeğinde yansıtılmaktadır. Turizmin başarısında altyapının yanı sıra çok önemli olan bir diğer faktör de pazarlamadır. Zeithaml ve Bitner (2000), pazarlama tekniklerinin tasarlanması ve uygulanmasına yardımcı olurken, ürün veya otel hizmetinin müşteri tarafından satın alma ve tüketme arzusunu birlikte uyandırabilmesi için pazarlama yardımıyla geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Müşterilerin yüksek düzeydeki tüketimini sürdürmesi, ancak yüksek kalitede hizmet sunarak mümkün olabilecektir. Turizm, küresel ekonominin entegre bir parçası haline geldikçe, bu zorlukları anlamak ve azaltmak, paydaşlar, politika yapıcılar ve geniş halk için elzemdir. Bu sorunları kabul ederek ve ele alarak, turizm endüstrisi daha sorumlu, dirençli ve sürdürülebilir bir geleceğe evrilerek seyahatin faydalarının destinasyonların korunması ve genel insan deneyiminin geliştirilmesiyle uyumlu bir şekilde dengelenmesini sağlayabilir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Turizm, çok yönlü ve karmaşık olay ve olguları kapsadığından dolayı çok çeşitli tanımları yapılan bir kavramdır (Çelik, 2018). Turizm, insanların genellikle ikamet ettikleri yer dışında, dinlenme, eğlence veya iş amaçlarıyla seyahat edip konakladıkları faaliyetleri ifade eder. Turizm, turistik yerleri ziyaret etme, doğal cazibe merkezlerini keşfetme, kültürel veya rekreasyonel etkinliklere katılma ve otel, tatil köyü veya kiralık tatil evleri gibi konaklama yerlerinde konaklama gibi çeşitli faaliyetler ve deneyimleri kapsar (Olalı ve Timur, 1988). Turizm, birçok ülke ve bölgede önemli bir endüstri olup, ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi harcamalarla ekonomilere katkıda bulunur. Ayrıca, farklı kültürler arasında anlayışı teşvik eden ve turistik yerlerde ekonomik kalkınmayı destekleyen kültürel alışverişte önemli bir rol oynar. Bununla birlikte, aşırı kalabalıklaşma ve çevre bozulması gibi çevresel ve sosyal etkilere de yol açabilir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm uygulamalarıyla sorumlu bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir (Karagöz, 2006).

### 2.1. Turizm Sektörünün Karşılaştığı Sorunlar

Turizm sektörü, küresel ekonomik büyüme, istihdam ve kültürel etkileşimin önemli bir itici gücü olarak son yıllarda hızlı bir genişleme göstermiştir (UNWTO, 2023). Ancak bu büyüme, beraberinde karmaşık ve birbiriyle ilişkili çeşitli sorunları da getirmiştir. Sektörün karşılaştığı başlıca sorunlar arasında yetersiz altyapı (Gössling, Scott ve Hall, 2015), etkisiz pazarlama stratejileri (Buhalis & Law, 2008), çevresel bozulma (Holden, 2016), mevsimsellik (Baum & Lundtorp, 2001) ve kapsamlı,

sürdürülebilir politika çerçevelerinin eksikliği (Bramwell & Lane, 2011) yer almaktadır. Ayrıca, sektör küresel sağlık krizleri, doğal afetler ve jeopolitik istikrarsızlık gibi dışsal şoklara karşı giderek daha kırılgan hale gelmektedir (Hall, Scott & Gössling, 2020). Bu zorluklar, turizm destinasyonlarının rekabet gücünü ve sürdürülebilirliğini tehdit etmekle kalmayıp, ev sahibi topluluklar üzerinde de önemli sosyal ve çevresel etkiler yaratmaktadır. Bu çok boyutlu sorunların üstesinden gelmek için, paydaşlar arasında entegre, yenilikçi ve iş birliğine dayalı yaklaşımların benimsenmesi, turizm endüstrisinin uzun vadeli dayanıklılığı ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.

### 2.1.1. Pazarlama Eksikliği Sorunu

Turizm planlarının hedeflerine ulaşması ve sürdürülebilir turizm kalkınmasının başarılabilmesi için öncelikle yöresel, bölgesel ve ülkesel, esnek ve kapsamlı pazarlama planlarının yapılması gerekir (Tosun ve Bilim, 2004). Turizmdeki pazarlama ve tanıtım eksikliği, işletmeler ve yerel ekonomiler için önemli bir zorluk olabilmektedir. Bu sorun, sunulan hizmetlerin yetersiz veya etkili olmayan pazarlama ve tanıtımına sahip olması durumunda ortaya çıkmaktadır (İçöz, 1991). Uygun pazarlama ve tanıtım faaliyetleri olmayan işletmeler, turist çekmek için ihtiyaç duyduğu görünürlüğü elde edemeyebilir. Böyle bir durum ise düşük ziyaret oranları ile sonuçlanabilir. Birçok turistik işletme, tanıtım eksikliği nedeniyle tam anlamıyla kullanılmayan doğal güzelliklere veya kültürel cazibe merkezlerine sahiptir (Arslan, 2015). Atıl kalan her turistik alan ekonomik kalkınma için bir fırsat kaçırılması anlamına gelmektedir. Küresel turizm endüstrisinde işletmeler arasındaki rekabet yoğunudur. Etkili pazarlama ve tanıtıma yatırım yapan işletmeler, yapmayanlara göre rekabet avantajı elde etmektedir. Pazarlama eksikliği, bir işletmeyi dezavantajlı duruma düşürebilir. Turizm, yerel topluluklara iş imkânları ve gelir sağlayarak ekonomik büyümede önemli bir itici güç olabilir. Pazarlama ve tanıtım çabaları yetersiz olduğunda, turizmin ekonomik etkisi maksimize edilememektedir (Şimşek, 2008). Başarılı turizm pazarlaması, altyapı, konaklama hizmetleri ve yerel işletmelere yatırımı teşvik ederek toplumsal gelişime yol açabilmektedir. Pazarlamanın yetersiz olmasında ise, bu gelişim fırsatları kendini tamamlayamamaktadır. Pazarlama ve tanıtım, turistik bir bölgenin görüntüsünü ve algısını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Pazarlama eksikliği ise bir yer hakkında yanlış anlamalar veya eski klişeler oluşmasına neden olmakla birlikte potansiyel ziyaretçilerin turistik bölgeye gelmesini engelleyebilmektedir. Birçok turistik alan, ziyaretçi sayısında mevsimsel dalgalanmalar yaşar (Aydın, 2022). Etkili pazarlama ziyaretçileri yıl boyuna yayarak mevsimselliğin negatif etkilerini azaltmaya yardımcı olabilir. Pazarlama, daha az bilinen cazibe merkezlerini ve aktiviteleri ortaya çıkararak turistik bölgenin turizm olanaklarını çeşitlendirmeye yardım edebilmektedir. Tanıtım olmadan, turistler yalnızca en popüler cazibe merkezlerinin farkında olabilir. Günümüzde sorumlu turizm uygulamaları giderek önem kazanmaktadır. Pazarlama, sürdürülebilir ve çevre dostu turizm seçeneklerini tanıtmak için kullanılabilir, ancak tanıtım olmaksızın destinasyonlar ziyaretçiler arasında sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmekte zorlanabilir (Boz, 2004). Doğal afetler veya küresel sağlık durumları gibi kriz zamanlarında, etkili pazarlama ve iletişim turizm üzerindeki etkilerin yönetimi için hayati öneme sahiptir. Hazırlıksızlık, böyle olayların olumsuz etkilerini artırabilir. Pazarlama ve tanıtım eksikliği sorununu gidermek için işletmeler iyi planlanmış pazarlama stratejilerine yatırım yapmalıdır. Bu stratejiler, turistik alanların benzersiz özelliklerini ve hedef kitlelerini dikkate almalı, çeşitli pazarlama kanallarını (çevrimiçi ve çevrimdışı) kullanılmalıdır. Hedef kitleyi, tercihlerini ve trendleri anlamak için pazar araştırması yapmak, pazarlama stratejilerini potansiyel turistlere etkili bir şekilde ulaştırmaya yardımcı olabilir (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020). Destinasyon için güçlü ve ayırt edici bir marka kimliği oluşturmak, olumlu bir imaj yaratır ve rakiplerden farklı olmasını sağlar. Buna çekici bir logo, slogan ve görsel kimlik oluşturma dahildir. Kullanıcı dostu bir web sitesi, sosyal medya platformları ve çevrimiçi seyahat portalları aracılığıyla kapsamlı bir çevrimiçi varlık oluşturmak, görünürlüğü artırarak daha geniş bir kitleye ulaşabilmesini sağlamaktadır. Blog yazıları, makaleler, videolar ve fotoğraflar gibi yüksek kaliteli ve etkileyici içerik oluşturmak, turistik bölgelerin benzersiz cazibe merkezlerini ve deneyimlerini sergileyebilir (Kocaman, 2012).

### 2.1.2. Turizmde Alt Yapı Sorunu

Turizmin gelişmesi ve turizm faaliyetlerinin yürütülmesinde çevre çok büyük bir öneme sahiptir. Bu faaliyetlerin yürütülmesi aşamasında turist sayısının artmasıyla çevreye ait doğal ve kültürel kaynakların daha fazla turist tarafından kullanılması altyapı, üstyapı ve çevresel sorunların artmasına neden olmaktadır (Türkay ve Saraç, 2019). Turizmde altyapı sorunu, turistik bir bölgenin veya turizm sektörünün fiziksel, lojistik ve hizmetle ilgili yönlerindeki zorluklar ve eksiklikleri ifade eder. Yetersiz veya yetersiz geliştirilmiş altyapı, bir bölgenin turistleri etkili bir şekilde çekme ve ağırlama yeteneğini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Havaalanları, yollar ve toplu taşıma sistemleri gibi yetersiz ulaşım altyapısı, turistlerin destinasyona erişimini engelleyebilir (Küçüksarı, 2011). Oteller, tatil köyleri ve tatil evleri de dahil olmak üzere yeterli ve çeşitli konaklama seçeneklerinin eksikliği, turistik bir bölgenin turistleri ağırlama kapasitesini sınırlayabilir. Aynı zamanda yoğun sezonlarda aşırı rezervasyon yapılmasına neden olabilir. İyi bir hijyen altyapısı, atık yönetim sistemleri ve temiz halka açık alanlar, olumlu bir turist deneyimi için önemlidir. Yetersiz hijyen altyapısı, sağlık sorunlarına ve olumsuz değerlendirmelere yol açabilmektedir. Turizm alanları engelliler ve özel ihtiyaçları olan kişiler için erişilebilir olmalıdır (Zengin ve Eryılmaz, 2015). Erişilebilir altyapı eksikliği, potansiyel turistlerin önemli bir bölümünü kabul etmekte zorlanır. Kötü yönetilen turizm altyapısı, kültürel ve miras alanları üzerinde olumsuz etkilere sahip olmaktadır. Kalabalıklaşma ve yetersiz koruma önlemleri, tarihi ve kültürel varlıkların bozulmasına yol açar. Turistler, bir destinasyonda yol bulmak için net ve bilgilendirici işaretlere, haritalara ve bilgi merkezlerine güvenir. Yetersiz bilgi altyapısı, turistlerin kaybolmuş ve hayal kırıklığına uğramış hissetmelerine neden olabilmektedir (Kaypak, 2012).

### 2.1.3. Turizmde Yönetim Sorunu

Yönetim, insanların ortak örgütlü eylemlerinin yönünü, amacını belirlemek, ortak hareketi sağlamak için yönlendirilmesi eylemidir. Bu nedenle “yönlendirilen” ve “yönlendiren” aktörlerin incelenmesi, yönetimin doğru analizi açısından göz önünde tutulması gereken konulardandır. Bu açıdan bakıldığında, turizm yönetiminin analizi; devlet örgütlenmesini, hükümet dışı kuruluşları ve özel sektörü içermelidir (Kara ve Çavuş, 2014). Turizmde yönetim sorunu turizm sektörünün çeşitli yönlerinin planlanması, organize edilmesi, koordinasyonu ve yönetimiyle ilgili zorlukları ifade eder. Etkili bir yönetim, turizmin sürdürülebilir büyümesini sağlamak, turistlere kaliteli deneyimler sunmak ve turistik alanlarda olumsuz etkileri en aza indirmek için önemlidir (Boz ve Özkan, 2019). Altyapı, cazibe merkezleri, konaklama ve hizmetler dahil olmak üzere bir turistik bölgenin tüm unsurlarının koordine edilmesi ve yönetilmesi karmaşık olabilir. Etkisiz turistik alan yönetimi aşırı kalabalıklaşma, aşırı gelişme ve çevresel bozulmaya yol açabilir. Turizmde sürdürülebilirliği sağlamak ise büyük bir yönetim zorluğudur. Turizmin ekonomik faydalarını çevresel ve sosyal endişelerle dengelemek uzun vadeli başarı için önemlidir. Yetersiz yönetim kaynakların sömürülmesine yol açabilir. Turizm genellikle güvenlik, sağlık, bölgeleme ve çevre koruma ile ilgili birçok düzenlemeyi ve izinleri içerir (Katırcıoğlu vd., 2019). İşletmelerin ve faaliyetlerin bu düzenlemelere uyumlu olmasını sağlamak, ziyaretçi güvenliği ve destinasyon koruması için önemlidir. Ziyaretçi deneyiminin kalitesini yönetmek önemlidir. Zayıf müşteri hizmetleri, düzensiz turlar veya yetersiz bilgi, memnuniyetsiz turistlere yol açabilir. Turizm bölgeleri doğal afetler, sağlık acil durumları veya güvenlik tehditleri gibi krizlere yanıt verecek şekilde hazır olmalıdır. Etkili kriz yönetimi, turist güvenliği ve itibar yönetimi için önemlidir. Yerel toplulukları, turizm planlamasına ve karar süreçlerine dahil etmek, sürdürülebilir ve sorumlu turizm yönetimi sağlanması için gereklidir (Özsoy, 2019). Yerel katılımın olmaması çatışmalara ve hoşnutsuzluğa yol açabilir. Yerel işgücünün turizmle ilgili işlerdeki becerilerini ve bilgisini geliştirmek, kaliteli hizmet sunmak için önemlidir. Yetersiz eğitim ve kapasite geliştirmeme, nitelikli personel eksikliğine neden olabilir. Birçok destinasyonda, turizm gelirin önemli bir kısmı çok uluslu şirketlerin veya yabancı sermayeli işletmelerin elinden çıkar. Turizm sızıntısının yönetimi, ekonomik faydaların turizm alanlarının içinde kalmasını sağlamak için bir zorluktur (Bozkurt, 2010).

Turizm altyapısının bakımlı olmasını ve ziyaretçi ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamak önemli bir yönetim görevidir. Bakımsız altyapı turistlerin turistik faaliyetlerini engelleyerek turizm bölgesinin imajına zarar verebilir. Yetersiz yönetim, doğal kaynakların, kültürel alanların ve geleneksel uygulamaların bozulmasına yol açabildiği görülmektedir (Doğan, 2010).

Turizmde yönetim sorununu için göz önünde bulundurulması gereken stratejileri ise, bir destinasyonun entegre yönetimi için hükümet kurumları, yerel topluluklar, turizm kurulları ve işletmeler arasında iş birliği yapma ve koordinasyon sağlanmasıdır. Bu işbirliği turistik bölgenin dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde gelişmesini sağlayabilmektedir. Sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etme ve uygulama, doğal ve kültürel kaynakları korumayı, yerel ekonomilere destek olmayı ve toplulukları dahil etmeyi amaçlar. Bu, sorumlu turizm için kılavuzlar belirlemeyi, çevre dostu faaliyetleri teşvik etmeyi ve yerel işletmelere destek sağlamayı içerebilir (Yenidoğan, 2021).

#### 2.1.4. Finansal Düzenlemeler Sorunu

Finansman kavramı, işletmelerin ihtiyaç duyduğu fonların sağlanması ve bu fonların işletmenin değerini arttıracak alanlarda kullanılması olarak ifade edilmektedir. İşletmelerin performansı, rekabet edebilmesi, kârını arttırması ve en önemlisi devamlılığı finansman kararlarından etkilenmektedir (Bekçi vd., 2022). Turizmde finansal düzenlemeler, turizm endüstrisinin mali yönlerini düzenleyen kurallar ve yönergelerdir. Bu düzenlemeler, endüstrinin adil, şeffaf ve sorumlu bir şekilde işlemesini sağlamak amacıyla uygulanır. Finansal düzenlemeler genellikle istikrarı teşvik etmeye ve tüketicileri korumaya yöneliktir, ancak aynı zamanda turizm sektöründe bazı zorluklar ve sorunlar da ortaya çıkabilir (Şenol, 2023). Turizm işletmeleri, oteller, seyahat acenteleri ve tur operatörleri de çeşitli finansal düzenlemelere uyum sağlamak zorundadır. Bu uyum sağlama sürecinde ortaya çıkan maliyetler, özellikle küçük işletmeler için yük olarak ve rekabet gücünü azaltabilir. Turizm endüstrisindeki finansal düzenlemeler karmaşık olmakla birlikte sıklıkla da değişebilir. Bu durum, işletmeler için anlaşılması ve uyum sağlanması zor olan bir ortam oluşturmaktadır (Şengül vd., 2021). Turizm hizmetlerinin fiyatlandırmasını etkileyen vergiler ve ücretler gibi finansal düzenlemeler, seyahat edenler için daha yüksek maliyetlere neden olduğu bilinmektedir. Bu durum turistik işletmenin rekabet gücünü azaltabilir. Finansal düzenlemeler, tüketicileri sahtekârlık ve kötü niyetli uygulamalardan korumak için uygulanır. Ancak aşırı düzenleme, işletmelerin sektöre girmesini veya yenilikçi hizmetler sunmasını engelleyebilir. Bazı durumlarda, aşırı finansal düzenlemeler gayri resmi veya düzenlenmemiş turizm sektörünün büyümesine neden olabilir. Bu da kayıt dışı ekonomiye ve vergi kaçakçılığına yol açmaktadır (Şenol, 2023). Turizm küresel bir endüstri olduğu için finansal düzenlemeler ülkeden ülkeye farklılık gösterebilir. Bu birçok uluslararası işletmeler ve turistler için uyum sağlama zorlukları ortaya çıkarır. Turizm endüstrisi ekonomik dalgalanmalara karşı hassastır ve finansal düzenlemeler sektörün istikrarını etkiler. Özellikle ekonomik zorluk dönemlerinde, turizm işletmelerinin krediye erişimini zorlaştırabilir. Finansal düzenlemeler, sürdürülebilir turizm hedefleriyle uyumlu olmayabilir bu durum, çevresel ve kültürel korumayı ön plana çıkaran sürdürülebilir turizm uygulamalarının gelişimini engelleyebilir (Eraslan vd., 2008).

#### 2.1.5. Konaklama Tesislerinin Yanlış İnşa Edilmesi Sorunu

Turizm endüstrisindeki oteller, tatil köyleri, konukevleri ve diğer konaklama tesislerinin uygun olmayan veya yetersiz planlama, tasarım, inşaat veya bakımı sorununu ifade eder. Bu sorun, genel turist deneyimine, turistik bölgenin itibarına ve hatta güvenliğine önemli bir etki yapabilir. Konaklama tesislerinin uygun olmayan inşası veya bakımı, konuklar için güvenlik tehlikelerine yol açabilir. Bunlar yapısal sorunlar, elektrik problemleri, tesisat arızaları veya yetersiz yangın güvenliği önlemleri gibi riskler oluşturabilir ve konukların sağlığını tehlikeye atabilir (Eres, 2019). Yanlış inşa edilmiş konaklama tesisleri, konuklar için rahatsız edici veya tatmin edici olmayan deneyimlere neden olabilmektedir. Rahatsız edici yataklar, gürültülü odalar, işlevsiz cihazlar veya kötü hijyen gibi sorunlar, olumsuz yorumlara ve konukların tesisin tekrar ziyaret etmesini veya başkalarına tavsiye etmesini engelleyebilmektedir. Yanlış inşa edilmiş veya bakımsız konaklama tesisleri, bir turizm

işletmesinin itibarını zedeleyebilir (Broş, 2010). Ziyaretçiler tarafından paylaşılan olumsuz yorumlar ve deneyimler çevrimiçi platformlarda hızla yayılabilir ve işletmenin genel imajını etkileyebilmektedir. Yanlış inşa edilmiş konaklama tesislerinin bir destinasyonun turist çekme ve gelir elde etme yeteneğini zayıflatabilir. Bu durum ziyaretçilerin başka bir yerde konaklama tercih etmesine, bu durumun da yerel turizm endüstrisinin finansal sürdürülebilirliğini etkilemesine sebep olmaktadır. Yanlış inşa yanlış atık bertarafı, aşırı enerji tüketimi ve doğal peyzajlara zarar gibi olumsuz çevresel etkilere yol açabilmektedir (Eres, 2019). Yaşanan bu olumsuzluklar sürdürülebilir ve sorumlu turizm hedefleri çelişebilir. Konaklama tesisleri genellikle inşaat, güvenlik ve erişilebilirlikle ilgili çeşitli düzenlemelere ve standartlara tabidir. Bu gereksinimleri karşılayamamak, yasal sorunlara ve para cezalarına yol açabilir, bu da mülk sahipleri için maliyetli olabilir (Akdu ve Akdu, 2018).

### 2.1.6. Turizmde Çeşitlilik Eksikliği Sorunu

Turizm endüstrisinde dar bir turizm ürünü, cazibe merkezi veya kaynak pazarına aşırı bağımlılık sorununu ifade eder. Bu çeşitlilik eksikliği, turizm sektörünü çeşitli zorluklar ve risklere karşı savunmasız hale getirebilir. Bir turizm endüstrisi belirli bir sayıda cazibe merkezine veya etkinliğe aşırı bağımlı hale geldiğinde, ekonomik olarak dar boğaza girebilir. Eğer bu cazibe merkezleri popülerliklerini kaybeder veya zorluklarla karşılaşrsa (örneğin, doğal afetler, ekonomik durgunluklar veya seyahat tercihlerinde değişiklikler), destinasyon veya endüstri için önemli bir ekonomik durgunluk ortaya çıkabilir (Yalçın, 2017). Belirli bir turizm türüne aşırı bağımlılık, mevsimsel dengesizliklere yol açabilir ve çoğu turist için belirli bir dönemde gelmesine neden olur. Bu durum düşük sezonlarda iş yapma eksikliği yaratarak işletmelerin yıl boyunca faaliyetlerini ve istihdamı sürdürmesini zorlaştırabilir. Turistler için sınırlı sayıda kaynak pazarına bağımlı olmak bir risktir. Bu kaynak pazarlarda ekonomik, siyasi veya sağlıkla ilgili sorunlar turizm akışlarını bozarak ziyaretçi sayısında önemli düşümlere neden olabilir (Özbey, 1995). Çeşitlilik eksikliği, popüler cazibe merkezlerinin aşırı kullanımına ve kalabalıklaşmasına yol açarak çevresel bozulmayı hızlandırabilir ve bu durum turistik alanların uzun vadeli sürdürülebilirliğine zarar verir. Çeşitlilik eksikliği olan turizm bölgeleri daha geniş bir cazibe merkezi ve deneyim yelpazesi sunan diğer bölgelerden sert rekabetle karşı karşıya kalabilir. Buda farklı türdeki gezginleri çekme yeteneğini sınırlar. Bazı durumlarda tek bir turizm türüne aşırı bağımlılık her şeyin tek bir endüstri etrafında döndüğü monokültür bir turizm ekonomisine yol açabilir ve diğer potansiyel ekonomik faaliyetleri göz ardı edebilir (Aslan, 2014). Belirli turizm ürünleri veya deneyimlerine aşırı odaklanma, destinasyonun kültürünün ve mirasının ticarileştirilmesine ve benzeşmesine yol açabilir, bu da otantiklik ve benzersizliğini erozyona uğratabilir. Turizm çeşitliliğini artırmak kültürel turistler, macera arayanlar, doğa turistleri gibi farklı gezgin türlerini çekme fırsatları sunabilir. Bu fırsatların kaçırılması, turizm sektörünün büyüme potansiyelini sınırlamaktadır (Karasakal, 2020).

Turizmde çeşitlilik eksikliği ile başa çıkmak için turizm endüstrisi belli başlı stratejileri göz önünde bulundurmalıdır. Bunlar; farklı pazar segmentlerine ve ilgi alanlarına hitap eden yeni turizm ürünleri ve deneyimlerinin geliştirilmesine yatırım yapılmalıdır. Tek bir bölge veya ülkeye bağımlılığı azaltmak için pazarlama faaliyetlerini genişletmek ve daha geniş bir kaynak pazarından turist çekilmelidir. Uzun vadeli doğal ve kültürel varlıkların korunmasını sağlamak için sürdürülebilir ve sorumlu turizmi teşvik edilmelidir. Yıl boyu turizmi desteklemek ve mevsimsellik etkisini hafifletmek için altyapı ve hizmetlerin geliştirilmesi sağlanmalıdır. Farklı sektörler arasında iş birliğini teşvik ederek fırsatları belirlemek ve çeşitlendirme çabalarına yatırım yapılmalıdır. Turizm gelişiminin yerel çıkarlarla uyumlu olmasını sağlamak ve kültürel mirasın korunmasını sağlamak için yerel toplulukları karar sürecine dahil edilmelidir (Aslan, 2014).

### 2.1.7. Turizmde Mevsimsel Yoğunlaşma Sorunu

Turizm gelişim sürecinde talep dengeli biçimde dağılmaz. Belirli bölgeler veya bölge içinde belirli yerler diğerlerine göre daha çok talep çekecek ve / veya belirli dönemlerde daha fazla ziyaretçi ağırlayacaktır. Bu durum, doğrudan doğruya bölgenin çekim unsurlarına bağlı olabileceği gibi,

pazarlama çalışmalarına veya turist pazarlarının tatil dönemlerine bağlı olabilir. Turistik etkinliğin yılın belirli dönemlerinde diğer aylara göre yoğun şekilde gerçekleşmesi, turizmin zaman içinde yoğunlaşması (veya mevsimsel turistik yoğunlaşma) olarak adlandırılır. Genel tatil dönemlerine denk gelen yaz aylarında turistik yoğunlaşma en üst düzeydedir ve bunun ulaşımında turist trafiğine, konaklama tesislerinin doluluk oranlarına doğrudan etkisi bulunmaktadır. Mevsimsel yoğunlaşmanın turizm endüstrisinde yoğun olmayan dönemde kapasite kaybı, yoğun dönemde artan fiyat ve risk ve dönemsel istihdam gibi olumsuz sonuçları bulunmaktadır (Yıldız, 2016). Turizm endüstrisinde belirli bir dönemde aşırı turist akışı yaşanırken, düşük sezonlarda turist gelişlerinde önemli düşüşlerin yaşandığı yaygın bir sorundur. Belirli bir mevsime veya sınırlı bir zaman dilimine aşırı bağımlılık, çeşitli sorunlara yol açabilmektedir. Mevsimsel turizm bölgeleri gelirlerini sınırlı bir zaman diliminde elde etmeye bağımlı oldukları için ekonomik açıdan savunmasızdır. Mevsimsel yoğunlaşma sezon dışında önemli ekonomik durgunluklara ve finansal istikrarsızlığa neden olabilir (Eren ve Bozkurt, 2020). Turizmle ilgili işletmeler yoğun sezonda artan talebi karşılamak için genellikle mevsimlik personel işe alır. Ancak bu durum sezon dışı dönemlerde yerel halk arasında işsizlik ve yetersiz istihdamı beraberinde getirerek ekonomik zorluklara neden olmaktadır. Mevsimsel turizm bölgelerinde altyapı ve hizmetler, yoğun sezonda büyük bir ziyaretçi hacmini karşılamak üzere tasarlanmıştır. Bu durum sezonun geri kalanında aşırı kalabalığa, kaynakların aşırı kullanımına ve boşa harcamaya yol açabilir. Yoğun sezonda turist yoğunluğu, doğal kaynakların aşırı kullanımı, artan atık miktarı ve yerel ekosistemlere zarar gibi çevresel etkilere neden olabilmektedir (Karagöz, 2006). Konaklama, etkinlikler ve hizmetler için fiyatlar genellikle yoğun sezonlarda yükselir, bu da seyahatin daha pahalı ve bazı turistler için ulaşılamaz hale gelmesine yol açar. Bunun aksine fiyatlar sezon dışında önemli ölçüde düşerek işletmelerin karlılığını etkileyebilir (Eren ve Bozkurt, 2020).

Turizmde mevsimsel yoğunlaşma sorununa çözüm bulmak için turizm endüstrisi bazı stratejileri göz önünde bulundurmak zorundadır. Yıl boyunca ziyaretçi çekebilecek çeşitli turizm ürünleri ve deneyimleri geliştirip tanıtmak kültürel etkinlikler, eko turizm, macera turizmi gibi farklı deneyimlere ilgi duyan daha geniş bir ziyaretçi kitlesini çekebilir. Sezon dışı dönemlerde seyahati teşvik etmek için eşsiz cazibeleri ve bu dönemde ziyaret etmenin avantajlarını vurgulayan pazarlama kampanyaları oluşturulması yoğunlaşmanın önüne geçilmesinde önemli olabilmektedir (Bedük vd., 2008). Ulaşım seçenekleri, konaklama yükseltmeleri ve turistik cazibe merkezlerinin uzun çalışma saatleri gibi yıl boyu turizmi destekleyebilecek altyapı ve hizmetler yoğunlaşmayı diğer dönemlere yayacaktır. İndirimler, özel paketler ve ek hizmetler gibi sezon dışı dönemde seyahati daha cazip hale getiren fiyatlandırma stratejileri de bu dönemde ki diğer yoğunlaşmayı önleme stratejisidir (Karagöz, 2006). Turizm gelişiminin yerel toplulukların çıkarları ve endişeleriyle uyumlu olmasını sağlamak ve sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmek, mevsimsel yoğunlaşmayı ele alarak destinasyonlar ekonomik istikrarlarını artırabilir, çevreye olan etkiyi azaltabilir ve hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin yıl boyunca yaşam kalitesini iyileştirebilir (Doğan, 2010).

### 2.1.8. Turizmde Ulaşım Problemi

Turizmde ulaştırma sistemleri; turistleri, turistik ürünün arz edildiği yerlere taşımakla diğer ulaştırma sistemlerinden daha farklı bir hizmet sunmaktadır. Bu durum turistik ürünün üretildiği yerde tüketilmesiyle ilişkilidir. Bu açıdan bakıldığında, turizmde ulaştırma, ürünlerin ve hizmetlerin dağıtımını gerçekleştiren bir mal ulaştırması değildir. Turizmde ulaştırma, turistik mal ve hizmetleri doğrudan tüketilecek olan turistlerin taşınması ile ilgili faaliyetler bütünüdür. Bu özelliği itibarıyla ulaştırmanın turizm olayındaki rolü, “ara ürün” olmaktan çok “nihai ürün” olarak değerlendirilmektedir (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009). Ulaşım, turizm endüstrisinin temel bir bileşenidir çünkü turistlerin seçtikleri turistik bölgeye etkili ve güvenilir bir şekilde ulaşmaları gerekmektedir. Bazı turizm bölgeleri uzak veya ulaşması zor bölgelerde olabilir, bu da turistlerin bu yerlere erişimini zorlaştırır (Çoban, 2015). Havaalanları, yollar ve toplu taşıma gibi yetersiz ulaşım altyapısı bir destinasyonun erişilebilirliğini sınırlandırabilir. Birçok turizm bölgesinde ulaşım hizmetlerine olan talep mevsime göre önemli ölçüde değişebilir. Ulaşım sağlayıcıları bu mevsimsel değişkenliği yönetmekte

zorlanabilir, bu da yoğunlukların yaşandığı dönemlerde kalabalıklaşmaya ve sezon dışı dönemlerde yetersiz kullanıma neden olabilir. Yoğun turist hacmi özellikle popüler şehir veya kıyı turizm bölgelerinde trafik sıkışıklığına ve sorunlara yol açabilir. Bu gecikmeler turistlerin hayal kırıklığına ve ziyaretçi deneyiminin olumsuz etkilenmesine sebep olabilir (Polat, 2020). Ulaşım özellikle fosil yakıtlara dayalı olduğunda, çevresel kirliliğe ve doğal habitatların bozulmasına neden olabilir. Hava yolculuğu, kruvaziyer gemileri ve araçla ulaşım sera gazı emisyonlarının önemli bir kaynağıdır (Keleş ve Hamamcı, 2002). Eski veya bakımsız ulaşım altyapısı, turistlerin güvenliği ve konforunu tehlikeye atarak kazalara ve rahatsızlıklara neden olabilmektedir. Özellikle yoğun sezonlarda veya uzak bölgelerde yüksek ulaşım maliyetleri potansiyel turistleri caydırmaktadır. Ayrıca ulaşımın uygunluğu bir seyahatin genel maliyetini destinasyon seçimini etkileyebilmektedir (Ekmekçi, 2005). Farklı ulaşım modları (örneğin hava, karayolu, demiryolu ve deniz) arasındaki zayıf entegrasyon ve bağlantılılık, seyahat planlamasında verimsizliklere ve turistler için bağlantı zorluklarına yol açmaktadır. Engellilik veya özel ihtiyaçları olan gezginler için yetersiz olanaklar turizm bölgesinin erişilebilirliğini engelleyerek, geniş bir turist kitlesi için daha az kapsayıcı hale getirebilmektedir (Zengin ve Eryılmaz, 2015). Bu sorunların üstesinden gelmek için çeşitli stratejiler uygulanabilir: Hükümetler ve özel sektör paydaşları yollar, havaalanları, limanlar ve toplu taşıma sistemleri de dahil olmak üzere ulaşım altyapısının geliştirilmesine ve bakımına yatırım yapabilir. Çevresel etkiyi azaltan, ekolojik dostu ulaşım seçeneklerini (elektrikli veya hibrit araçlar, bisikletler) ve çevresel etkileri düşük olan ulaşım tercihlerini teşvik edilebilir. Turist gelişlerindeki mevsimsel değişkenlikleri yönetmek için çeşitli stratejiler uygulanıp, turizmin 12 aya yayılması düşünülebilir. Kamu ve özel sektör arasındaki iş birliği, daha verimli ulaşım çözümlerine ve altyapı gelişimine yol açabilir. Ulaşım hizmetlerini geliştirmek, bağlantıyı iyileştirmek ve yolculara gerçek zamanlı bilgi sağlamak için teknoloji ve veri odaklı çözümler kullanılıp, gezginler için erişilebilir ve kapsayıcı bir durum ortaya çıkarılabilir (Özbey, 1995).

Verimli ve iyi yönetilen ulaşım, bir turizm bölgesinin başarısı için son derece önemlidir. Ulaşım sorunlarının ele alınması, genel turist deneyimini geliştirebilir, sürdürülebilir turizm uygulamalarını destekleyebilir ve turizm endüstrisinin ekonomik büyümesine katkıda bulunabilir.

### 2.1.9. Kapsamlı Bir Turizm Politikasının Eksikliği Sorunu

Kapsamlı turizm politikasının eksikliği bir ülkenin turizm sektörünün yönetimi ve geliştirilmesinde çeşitli zorluklara ve sorunlara yol açabilir. Turizm politikası, endüstrinin büyüme ve sürdürülebilirlik açısından yönlendirilmesi için önemlidir çünkü ekonomik, sosyal ve çevresel konuları ele almak için hükümetlere ve paydaşlara stratejik bir çerçeve sunar (Timur vd., 2014). Net bir turizm politikası olmadan bir ülkedeki farklı bölgeler veya yerel yönetim birimleri kendi turizm gelişim ajandalarını takip edebilir, bu da koordinasyonsuz ve plansız bir büyümeye yol açabilir. Bu durum bazı bölgelerde aşırı kalkınmaya neden olurken diğer bölgelerin geri kalmış kalmasına ve ekonomik faydalarda dengesizliklere, doğal kaynakların aşırı kullanımına yol açmaktadır. Kontrolsüz turizm büyümesi çevresel etkilere neden olabilmektedir. Turizm politikası olmaması durumunda hassas ekosistemleri korumak, atıkları yönetmek veya turizm faaliyetlerinin doğal kaynaklar üzerindeki etkisini sınırlamak için herhangi bir kılavuz veya düzenleme olmayabilir (Özbey, 1995). Bu durum sonuç olarak kirlilik, habitat tahribatı ve kaynakların tükenmesi gibi sonuçlara yol açabilmektedir. Turizm yerel topluluklar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahiptir. Turizm politikası olmaması durumunda, olumsuz sosyal ve kültürel sonuçları hafifletmek için önlemler almak için yetersizlik olabilmektedir (Mansuroğlu, 2006). Turizm politikasının eksikliği geleneklerin erozyonu, yerli toplulukların sömürülmesi veya popüler destinasyonlarda kalabalıklaşma gibi sonuçlara yol açmaktadır. Turizm politikasının eksikliği turizmden sadece birkaç işletme veya kişinin yararlanmasına ve sektördeki diğer birçok kişinin marjinalleşmesi sorununu ortaya çıkarmaktadır. Tam olan politika yönergeleri ekonomik faydaların çeşitli paydaşlar arasında daha adil bir şekilde dağıtılmasını sağlamaya yardımcı olarak eşitsizliği ortadan kaldırmaktadır (Erdemir, 2018). Bir turizm politikası olmaması durumunda, turizm hizmetlerinin ve altyapının kalitesini korumak için yeterli düzenlemeler ve standartlar yerine getirilemez. Yerine getirilmeyen standartlar ziyaretçi deneyimlerinin düşmesine ve destinasyonun itibarının zarar görmesine neden olabilmektedir. Oluşturulmuş bir turizm politikası hükümetlerin ve paydaşların doğal afetler, halk sağlığı acil durumları veya siyasi istikrarsızlık gibi krizlere hazırlıklı

olmalarına ve yanıt vermelerini sağlamaktadır (Çolak, 2009). Politika çerçevesi olmaması durumunda, kriz yönetimi daha az etkili ve koordineli olabilir. Turizm genellikle yollar, havaalanları ve konaklama gibi altyapı geliştirmeyi gerektirir. Turizm politikasının olmaması durumunda ise plansız altyapı gelişimi gerçekleşir ve bu durum maliyetlerin artmasına neden olmaktadır. Bir turizm politikası pazar rekabetini, fiyatlandırma stratejilerini ve pazarlama çabalarını ele alabilir, böylece destinasyonun turistler için rekabetçi ve çekici kalmasını sağlayabilir (Karagöz, 2006). Turizmde sürdürülebilirliği teşvik etmek, turizm politikasının önemli bir yönüdür. Bu durum sürdürülebilir turizm ilkelerini belirlemeye ve uygulamaya yardımcı olabilir. Kapsamlı bir turizm politikası yerel topluluklar, işletmeler, çevre grupları ve hükümet kurumları gibi çeşitli paydaşların katılımını içermelidir. Bu tür bir katılım olmadan politika tüm ilgili tarafların çeşitlilik içeren çıkarlarını ve ihtiyaçlarını yansıtmamaktadır (Uğur, 2015).

Sonuç olarak iyi tasarlanmış ve uygulanan bir turizm politikası turizm gelişiminin sürdürülebilir, adil ve tüm paydaşlar için faydalı olmasını sağlamak için önemlidir. Turizm sektöründeki ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel faktörlerin karmaşık etkileşimini yönetmeye yardımcı olur ve sorumlu ve iyi koordine edilmiş bir büyümeyi kolaylaştırır.

#### 2.1.10. Turizmde Organizasyon Sorunu

Turizm sektöründe yer alan çeşitli unsurların ve faaliyetlerin planlanması, yönetilmesi ve koordine edilmesiyle ilgili zorlukları ve karmaşıklıkları ifade etmektedir. Turizm birçok hizmet sağlayıcı ve paydaşı kapsayan çok yönlü bir sektördür, bu nedenle etkili bir organizasyon başarısı için kritik bir unsurdur (Pelit ve Çetin, 2020). Turizm bölgeleri turist memnuniyetini sağlamak, çevreyi korumak ve ekonomik faydaları maksimuma çıkarmak için etkili bir şekilde yönetilmelidir. Yerel topluluklar, işletmeler ve hükümetler gibi çeşitli paydaşların çıkarlarını dengelemek zor olabilir. Turistlere konaklama, ulaşım ve cazibe merkezleri gibi hizmetleri sunmak için gerekli altyapı ve tesislerin sağlanması özenli planlama ve yatırım gerektirir. Yetersiz altyapı, turizm deneyimini olumsuz etkileyebilmektedir. Turistik bir bölgenin turist çekmesi için etkili pazarlama ve tanıtımın olması gerekir. Turizm örgütleri, işletmeler ve hükümet kurumları arasındaki koordinasyon etkileyici kampanyalar ve stratejiler oluşturmak için önemlidir. Turizm turistlerin güvenliği ve refahını sağlamak için birçok düzenleme ve standart 'da tabidir (Aksöz, 2010). Bu düzenlemelere uyumu sağlamak ve kalite standartlarını korumak, organizasyon açısından önemli bir zorluktur. Turizmin çevresel ve sosyal etkisi önemli bir endişe haline gelmiştir. Organizasyonlar, doğal ve kültürel kaynakları korumak ve yine de turistlerin ihtiyaçlarına yanıt vermek için sürdürülebilir uygulamalar ve politikalar geliştirmelidir (Karagöz, 2006).

Birçok turistik alan ziyaretçi sayısında mevsimsel dalgalanmalar yaşar. Turizmi yoğun sezonlarda olumsuz etkileri minimize ederek ve yıl boyunca ziyaretleri teşvik edecek şekilde organize etmek zor olabilir. Hükümet kurumları, yerel topluluklar, tur operatörleri ve işletmeler gibi çeşitli paydaşlar arasında etkili iş birliği, başarılı bir turizm organizasyonu için önemlidir. Çatışan çıkarlar bu iş birliğini karmaşık hale getirebilir (Aydın, 2022). Turizm doğal afetler, siyasi istikrarsızlık veya pandemiler gibi çeşitli krizlere duyarlıdır. Turizm örgütleri böyle olaylara müdahale etmek ve yönetmek için acil durum planlarına sahip olmalıdır. Turizm deneyimini geliştirmek için teknoloji ve inovasyonun kullanılması karmaşık bir organizasyonel görev olabilir (Öğün, 2021). Çevrimiçi rezervasyon platformlarından artırılmış gerçeklik uygulamalarına kadar olan teknolojiye ayak uydurmak önemlidir. Turizm sektörü yetenekli bir iş gücüne dayanır. Kuruluşlar, personelin kaliteli hizmet sunabilmesi ve değişen müşteri beklentilerini karşılayabilmesi için eğitim ve gelişime yatırım yapmalıdır. Fiyatlandırma, pazarlama ve kaynak tahsisi hakkında bilinçli kararlar almak için veri ve analitiğin kullanılması giderek daha önemli hale gelmektedir. Turizm örgütleri veri odaklı stratejiler geliştirmelidir (Karagöz, 2006).

#### 2.1.11. Turizmde İmaj Sorunu

Turizm endüstrisinin genel olarak algısı ve itibarıyla ilgili sorunları veya zorlukları ifade eder. Bu, bir yerin veya endüstrinin potansiyel turistler ve genel halk tarafından nasıl algılandığıyla ilgilidir. Olumsuz veya yanlış bir imaj turistik bir yörenin ziyaretçi çekme ve gelir elde etme yeteneği üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir (Aksöz, 2010). Destinasyonlar veya bölgeler potansiyel turistleri

caydırabilecek olumsuz durumlar veya yanlış algılara sahip olabilir. Bu durumlar güvenlik, temizlik veya kültürel yanlış anlamalarla ilgili olabilir. Doğal afetler siyasi istikrarsızlık veya güvenlik endişeleri gibi olumsuz durumlar bir destinasyon için olumsuz bir imaj oluşturabilir. Bazı popüler turistik bölgeler kalabalıklaşma ve bununla ilişkili olumsuz etkiler (çevre bozulması ve ziyaretçi deneyiminde azalma gibi) nedeniyle bir imaj sorunuyla karşı karşıya kalır. Kalabalık sokaklar ve rezervasyonlarla dolu cazibe merkezleri potansiyel turistleri caydırabilir. Kirlilik veya doğal kaynakların tahribatı gibi çevresel sorunlarla karşı karşıya olan turizm bölgeleri olumsuz bir imajdan etkilenebilir. Günümüzde seyahat edenler genellikle çevre dostu ve sürdürülebilir turistik alan ararlar. Güvenlik algısı turistler için çok önemlidir. Suç, terörizm veya siyasi istikrarsızlıkla ilişkilendirilen turizm bölgeleri ziyaretçi çekmekte zorluk yaşayabilir. Kültürel normlar, gelenekler ve uygulamalarla ilgili yanlış anlamalar veya iletişimsizlikler bir imaj sorununa yol açabilir (Baş, 2020). Turistler yanlışlıkla hakaret etme veya yabancılaşma hissi gibi endişelere sahip olabilirler. Turizmde imaj sorununa doğru bilgilendirme, aktif pazarlama, sürdürülebilirlik çabaları ve yerel topluluklarla iş birliği gibi stratejilerle yanıt verilebilir. Turistik alanlar olumsuz algıları ele almak ve gerçek potansiyellerini vurgulamak için çaba sarf etmelidir. Bir destinasyon, ulaşım, konaklama veya sağlık hizmetleri gibi gerekli altyapıya sahip değilse, olumsuz bir imaj oluşturabilir ve potansiyel turistleri caydırabilir (Aksöz, 2010). Konaklama, restoran ve ulaşım gibi hizmetlerin kalitesinin düşük olması turistik bölgenin imajını olumsuz etkileyebilir. Olumsuz yorumlar ve kulaktan kulağa yayılan öneriler hızla yayılabilir. Bir destinasyonda aşırı turist sayısı, olumsuz algılara yol açabilir. Yerel halk bunalmış hissedebilir ve turistler daha az otantik ve keyifli bir ziyaret deneyimi yaşayabilir. Etkili olmayan pazarlama ve markalama stratejileri, bir imaj sorununa katkıda bulunabilir. Turistik bir bölgenin çekici ve doğru bir imajını iletememek, turizm büyümesini engelleyebilir. Bir destinasyonun imajı, hedef kitlelerin ilgi ve beklentileriyle uyumlayabilir ve bu da cazibesini etkileyebilir (Kocaman, 2012).

Turizmdeki imaj sorununun ele alınması genellikle hükümet yetkilileri, turizm örgütleri, yerel topluluklar ve işletmeler gibi paydaşların koordineli çabasını gerektirir. Turistik bir bölgenin imajını iyileştirmek için uygulanabilecek stratejiler; olumlu özelliklerini vurgulayan pazarlama kampanyaları, çevresel ve kültürel endişelerin ele alınması, güvenlik önlemlerinin artırılması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesini içerebilir. Halkla ilişkiler ve medya yönetimi, olumsuz algıları önlemek ve daha olumlu bir imajı desteklemek için önemli araçlardır (Karagöz, 2006).

### 3. Sonuç

Turizm sektörü tarafından karşı karşıya kalınan sorunları ele almak, seyahat ve destinasyonlar arasında dengeli bir ilişkiyi teşvik etmek için küresel bir taahhüt gerektirir. Bütüncül ve sürdürülebilir bir yaklaşım benimseyerek, turizm bölgelerinin eşsiz güzelliklerini korumayı, yerel kültürlerin saygınlığını sürdürmeyi ve turizmin ekonomik faydalarının adil bir şekilde dağıtılmasını sağlamak bu şekilde gerçekleştirilebilir. Böylelikle, turizmin yaşamları zenginleştiren ve dünyanın çeşitli ve değerli kaynaklarını koruyan olumlu bir değişim gücü haline geldiği bir gelecek oluşturulabilir. Sürdürülebilir turizm uygulamaları, çevresel korumayı, toplum katılımını ve kültürel korumayı teşvik eden prensipleri entegre etmek suretiyle önceliklendirilmelidir. Hükümetler, işletmeler ve yerel toplumlar da dahil olmak üzere turizm sektöründeki paydaşlar, turizmin olumsuz etkilerini hafifleten sorumlu politikaları ve uygulamaları hayata geçirmek için var gücü ile çalışmalıdırlar. Ayrıca, seyahat edenler arasında artan farkındalık ve eğitim için acil bir ihtiyaç bulunmaktadır. Turistlerin bilinçli ve dikkatli tercihleri, ziyaretlerinin etkisini en aza indirmede ve yerel ekonomilere sürdürülebilir bir şekilde destek sağlamada önemli ölçüde katkıda bulunabilir. Endüstri temsilcileri, kültürel duyarlılık, çevresel koruma ve sorumlu davranışın önemini vurgulayan etik turizmi teşvik eden girişimlere öncelik vermelidir.

Sonuç olarak, turizm sektörü tarafından karşı karşıya kalınan çeşitli zorluklar, bu küresel endüstrinin uzun vadeli sürdürülebilirliğini ve olumlu etkisini sağlamak için kapsamlı ve işbirlikçi bir yaklaşımın gerekliliğini vurgulamaktadır. Çevresel bozulmanın karmaşıklıklarını, aşırı turizmi, sosyo-ekonomik dengesizlikleri, kültürel ticarileşmeyi ve salgınlar gibi beklenmedik durumlar belirtildiğinde, proaktif ve uyumlu bir stratejinin önemli olduğu ortaya çıkmaktadır.

### 3.1. Pratik Çıkarımlar

Turizm sektöründeki sorunlara ilişkin gerçekleştirilen kavramsal bir çalışma sektördeki mevcut problemlerin anlaşılmasına yönelik önemli teorik çerçeveler sunmakta ve bu doğrultuda pratik iyileştirmelere zemin hazırlamaktadır. Söz konusu çalışmanın bulguları politika yapıcılar açısından daha etkin ve güncel politikaların geliştirilmesine, altyapı yatırımlarının önceliklendirilmesine ve iş gücünün niteliklerinin artırılmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca turizm işletmeleri bu tür analizlerden elde edilen veriler ışığında stratejik planlamalarını revize edebilirken, kamu otoriteleri ve yerel paydaşlar sürdürülebilirlik ile kriz yönetimi alanlarında daha bütüncül ve etkili uygulamalar geliştirebilirler.

### 3.2. Teorik Çıkarımlar

Bu çalışmanın teorik sonuçları turizm alanındaki mevcut teorik yaklaşımların geliştirilmesine veya yeni kuramsal çerçevelerin ortaya konmasına olanak tanıyabilir. Bu tür bir çalışma mevcut literatürdeki boşlukları ve yetersizlikleri belirleyerek araştırmacıların turizm gelişimi, sürdürülebilirlik ya da paydaşlar arası iş birliği gibi konularda yerleşik modelleri yeniden değerlendirmesine veya bu modellere yeni boyutlar eklemesine zemin hazırlayabilir.

### 3.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışmanın temel sınırlılıkları arasında analizlerin büyük ölçüde literatür taramasına ve ikincil verilere dayanması nedeniyle elde edilen bulguların genellenebilirliğinin sınırlı olması yer almaktadır. Ayrıca kavramsal çerçevenin ampirik verilerle desteklenmemesi, ortaya konan problemlerin pratikteki yansımalarının tam olarak ölçülmesini zorlaştırmaktadır. İlerleyen araştırmalarda, kavramsal olarak ortaya konan sorunların ve çözüm önerilerinin ampirik çalışmalarla desteklenmesi önerilmektedir. Nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullanıldığı karma araştırma tasarımları, sektör paydaşlarının görüşlerinin ve deneyimlerinin daha kapsamlı bir şekilde analiz edilmesine olanak sağlayabilir.

**Etik Beyan:** Bu çalışma ikincil verilere dayalı bir araştırma yöntemi benimsediği için etik beyana gerek duyulmamıştır.

**Yazar Katkı Beyanı:** Yazarlar makaleye eşit oranda katkıda bulunmuşlardır.

**Çıkar Beyanı:** Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

### Kaynakça

- Akdu, U., Akdu, S.(2018). Engelli Turizmi: Yasal Düzenlemeler ve Uygulamalar, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(23), 99-123.
- Aksöz, O. E. (2010). Turizm Pazarlamasının Organizasyonunda Destinasyon Pazarlama Örgütleri ve Türkiye İçin Uygun Örgüt Yapısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma,(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Aslan, F.(2014). Şehir Pazarlaması: Kars İli Örneği, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Alaeddinoğlu, F., Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerinde ki Etkileri, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 233-258.
- Albayrak, A.(2011). Tüketicilerin Alternatif Turizm Türlerinin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Aydın, A. (2022). Hizmet Pazarlaması Bakış Açısıyla Tarımsal Turizm İşletmelerinde Üretim Planlaması ve Yönetimi Faaliyetlerine Yönelik Bir Analiz, Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 10(4).

- Arslan, S. (2015). Havayolu İşletmelerinin Sosyal Paylaşım Sitelerindeki Sayfalarında Elektronik Müşteri Sadakatı Oluşturulabilmesine Etki Eden Faktörler.(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Baş, Z.(2020). Yerli Turistlerin Yeşil Otelere Yönelik Düşünceleri ve Kalma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Antalya İlinde Örnek Bir Araştırma, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Baum, T., & Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in tourism*. Pergamon.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421.
- Bedük, A., Zerenler, M.& Soysal, A.(2008). Değişen Dünya’da Yeni Yönetim Modelleri’nin Turizm Sektöründe Kullanılması ve Tanıtım Stratejileri ’nin Belirlenmesi, The Journal of Selcuk University Social Sciences Institute, 20, 135-162.
- Bekçi, İ., Altunay, A.M. & Köse, E.(2022). Disiplinlerarası Boyutlarıyla Turizm (Bölüm: Muhasebe ve Finans Perspektifinden Turizm). Değişim Yayınları, Sakarya.
- Boz, M. (2004). Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi.(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boz, M., Özkan, Ç. (2019). Sürdürülebilir Şehir Turizmi: Barselona Aşırı Turizm Örneği, 20.Ulusal 4. Uluslararası Turizm Kongresi “Şehir Turizmi”, 838-844.
- Bozkurt, H. (2010). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Kapsamında İş gören Devrinin Ve İş gören Devir Maliyetlerinin Hesaplanması Antalya Yöresinde Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623
- Büyüksalvarcı, A., Şapcılar, C.M., Altınışik, İ.& Şimşek, Ç. (2017). Turizm Öğrencilerinin İnanç Turizmine Yönelik Bakış Açıları, Selcuk University Journal of Social and Technical Researches, 14,42-61.
- Broş, D. (2010). Konaklama İşletmelerinde Stresin Çalışan Performansına Etkileri: Belek’teki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çelik, S.(2018). Alternatif Turizm, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(56), 193-204.
- Çoban, Z. (2015). Kocaeli İlinin Turizm Potansiyeli ve Karşılaşılan Sorunlar, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Çolak, O. (2009). Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kırsal Turizm Ve Kırsal Turizm İşletmeciliği: Şirince Örneği, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Doğan, M. (2010). Ekomüze Odaklı Sürdürülebilir Destinasyon ve Gökçeada Üzerine Bir Uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekizmart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Garda, B. (2011). Macera Turizmi Pazarına Genel Bir Bakış, Journal of Selçuk University Social Sciences Vocational School, 14(1-2), 189 – 200.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). Tourism and water: Interactions, impacts and challenges. *Channel View Publications*.
- Hacıoğlu, N. (2008), Turizm Pazarlaması, Nobel Yayıncılık, İstanbul.

- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577-598.
- Holden, A. (2016). *Environment and tourism* (3rd ed.). Routledge.
- Eraslan, H., Bulu, M. & Bakan, İ.(2008). Kümelenmeler ve İnovasyon Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3).
- Erdemir, B.(2018). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Destinasyonların Fiziksel ve Psikolojik Taşıma Kapasitesi Analizi: Pamukkale Hierapolis Ören Yeri örneği, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Eres, B. (2019). Turizm Yapılarında HVAC Sistemlerin Isıl Konfor ve İç Hava Kalitesi Bakımından Kullanıcı Sağlığı İle İlişkisinin İncelenmesi. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Eren, D., Bozkurt, İ.(2020). Aşırı Turizm Sorunsalı: Kapadokya Bölgesi'ne Yönelik Bir Çalışma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 3090-3107
- Ekmekçi, N.İ.(2005). Paket Turların Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm, *Aegean Geographical Journal*, 15, 51-59.
- Morgül, Ş. (2014). Kırklareli İlinde Eko Turizm Olanakları, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 27-38.
- İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları, *Journal of Yasar University*, 4(14), 2257-2279.
- İçöz, Ö. (1991). Turizm Sektöründe Tanıtma ve Pazarlama Stratejileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 35-39.
- Katırcıoğlu, E., Boyraz,M.,Çetin, A.&Soybalı,H.H.(2019). Turizm Master Planlarının Karşılaştırılması: Türkiye Örneği, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 189-215.
- Karagöz, D. (2006). Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği.(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kara, E., Çavuş, F.M.(2014). Turizmde Modern Yönetim Uygulamaları, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1). 473-485.
- Karasakal, S.(2020). Akış Deneyiminin Memnuniyet Üzerine Etkisi: Tatil Deneyimi Üzerine İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 63-73.
- Keleş, R., Hamamcı, C. (20002). Çevre Bilim, 4. Baskı, İmge Kitapevi.
- Kocaman, S. (2012). Destinasyon Yönetimi Kapsamında Marka Kimliğine Etki Eden Faktörlerin Marka İmajına Etkisi: Alanya Örneği.(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Küçükşarı, G. (2011). Turizmin Yerel Ekonomiye Etkisinin Konaklama İşletmeleri Özelinde Analizi: Manavgat Örneği. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Mansuroğlu, S.(2006). Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35-46.
- Seçilmiş, C., Ünlüönen, K.(2009). İstanbul'u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 65-84

- Şenol, A.(2023). Sosyal, İnsan ve İdari Bilimlerde Yenilikçi Çalışmalar (Bölüm: Sağlık Turizminin Muhasebe Stratejileri Açısından İncelenmesi). Duvar Yayınevi, İzmir.
- Şengül, A., Pamukçu, H.& Arıcı, S. (2021). Turizm İşletmelerinin İhtiyaç Duyduğu Danışmanlık Hizmetleri: Kastamonu Örneği, Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 13(24). 164-183.
- Şimşek, T.A. (2008). Turizm Pazarlamasında Turistik Tüketici Davranışları Açısından Tatil Satın Alma Sürecinin Özellikleri ve Alanya Üzerinde Bir Uygulama (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tosun, C., Bilim, Y.(2004). Şehirlerin Turistik Açıldan Pazarlanması: Hatay Örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 15(2), 125-138.
- Türkay, O., Saraç, Ö.(2019). Altyapı, Üstyapı ve Çevre Sorunlarının Turist Şikâyetleri Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerel Yönetimlerin Çözüm Potansiyeli: Antalya Örneği, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 10(Ek Sayı), 98-110.
- Timur, M.C., Çevik, S. & Kıcı, G.(2014). Etkinlik Turizmi: Kültür Başkenti Etkinliklerinin Başarı Unsurları Üzerine Bir Değerlendirme, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(2), 58-63.
- Olalı, H., Timur, A. (1988). Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.
- Öğün, D.Ş.(2021). Covid 19 Salgınının Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Etkisi: Ankara’da Bulunan Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Nitel Bir Araştırma,( Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özbey, R.F.(1995). Türkiye’de Turizm Politikası ve Planlaması, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özsoy, A.(2019). Profesyonel turist rehberlerinin kişilik özelliklerinin algılanan hizmet kalitesi üzerindeki rolü. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Uğur, G. A. (2015). Sürdürülebilir Turizm, Yerel Değerler İle Turist Tatmini Arasındaki Yapısal İlişkilerin İncelenmesi: Bütünleşik Bir Yaklaşım ,(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- UNWTO. (2023). *International tourism highlights: 2023 edition*. World Tourism Organization.
- Pelit, E., Çetin, A. (2020). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi Olarak İnsan Kaynakları Planlaması ve Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme, MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(2), 1268-1287.
- Polat, G. (2020). Aerotropolis Bakış Açısıyla İstanbul Havalimanının İncelenmesi, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Yalçın, B. (2017). Turizm Sektöründe Mevsimlik Çalışma Şeklinin İş Sağlığı ve Güvenliği Üzerine Etkileri, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli
- Yenidoğan, A. (2021). Sürdürülebilirlik Uygulamalarının Finansal Performans Üzerine Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yıldız, Ö. (2016). Bölgesel Turizm (Bölüm: Bölgesel Turizm Gelişiminde Yoğunlaşma Ve Çeşitlendirme – Adatepe Örneği). Dauzem, İzmir.
- Zengin, B., Eryılmaz, B. (2015). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi, International Journal of Economics and Administrative Studies, 11, 51-74.
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2000) Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm. 2nd Edition, McGraw-Hill, Boston.

## Extended Abstract

The tourism industry has experienced sustained growth in both revenues and tourist arrivals and has spread to almost every part of the world, leaving a broad economic, social, cultural and environmental footprint. Factors supporting this growth include rising incomes and wealth, improved transportation, changing lifestyles and consumer values, increased leisure time, international openness and globalization, migration, special events, education, information and communication technologies, destination marketing and promotion, and improvements in general and tourism infrastructure (Matias et al., 2007). Touristic activity generates significant economic benefits between host countries and tourists' countries. One of the main motivations for a country to promote itself as a tourism destination, especially in developing countries, is the expected economic recovery through foreign exchange earnings, contributions to government revenues, and the creation of employment and business opportunities. Although the global tourism industry is a cornerstone of economic growth and cultural exchange, it also faces various challenges. While its contribution to job creation, income generation and cross-cultural understanding cannot be denied, the sector is affected by many challenges to sustainability. In general, the tourism sector faces problems such as lack of marketing and promotion, infrastructure, management, financial regulations, improper structuring of facilities, environmental pollution, lack of diversity, seasonal concentration, transportation, politics and socio-economics. Tourism infrastructure is the foundation for tourism development as well as the basis for the utilization of destination resources. The importance of tourism infrastructure is reflected in the fact that it can contribute to improving the efficiency of the production and distribution of tourism services and in some cases, such as in remote destinations, can even increase the supply of tourism services. In addition to infrastructure, another factor that is crucial to the success of tourism is marketing. Zeithaml and Bitner (2000), while helping to design and implement marketing techniques, stated that the product or hotel service should be developed with the help of marketing so that it can evoke the desire to purchase and consume together by the customer. Maintaining high levels of consumption by customers will only be possible by providing high quality service. As tourism becomes an integrated part of the global economy, understanding and mitigating these challenges is essential for stakeholders, policy makers and the wider public. By acknowledging and addressing these issues, the tourism industry can evolve towards a more responsible, resilient and sustainable future, ensuring that the benefits of travel are balanced in a way that is compatible with protecting destinations and enhancing the overall human experience. The tourism sector has expanded rapidly in recent years as an important driver of global economic growth, employment and cultural interaction (UNWTO, 2023). However, this growth has been accompanied by a variety of complex and interrelated challenges. Some of the main challenges faced by the sector include inadequate infrastructure (Gössling, Scott & Hall, 2015), ineffective marketing strategies (Buhalis & Law, 2008), environmental degradation (Holden, 2016), seasonality (Baum & Lundtorp, 2001) and lack of comprehensive, sustainable policy frameworks (Bramwell & Lane, 2011). Moreover, the sector is increasingly vulnerable to external shocks such as global health crises, natural disasters and geopolitical instability (Hall, Scott & Gössling, 2020). These challenges not only threaten the competitiveness and sustainability of tourism destinations, but also have significant social and environmental impacts on host communities. Adopting integrated, innovative and collaborative approaches across stakeholders to tackle these multidimensional challenges is crucial for the long-term resilience and sustainability of the tourism industry. Addressing the challenges faced by the tourism sector requires a global commitment to promote a balanced relationship between travel and destinations. This can be achieved by adopting a holistic and sustainable approach, ensuring that the unique beauty of tourism regions is preserved, the dignity of local cultures is maintained and the economic benefits of tourism are equitably distributed. In this way, a future can be created in which tourism becomes a positive force for change that enriches lives and protects the world's diverse and precious resources. Sustainable tourism practices should be prioritized by integrating principles that promote environmental protection, community participation and cultural preservation. Stakeholders in the tourism sector, including governments, businesses and local communities, should work hard to implement responsible policies and practices that mitigate the negative impacts of tourism. There is also an urgent need for increased awareness and education among travelers. Informed and careful choices by tourists can contribute significantly to minimizing

the impact of their visits and supporting local economies in a sustainable way. Industry representatives should prioritize initiatives that promote ethical tourism, emphasizing the importance of cultural sensitivity, environmental protection and responsible behavior.

In conclusion, the diverse challenges faced by the tourism sector highlight the need for a comprehensive and collaborative approach to ensure the long-term sustainability and positive impact of this global industry. A proactive and coherent strategy is essential to address the complexities of environmental degradation, over-tourism, socio-economic imbalances, cultural commercialization, and when unexpected situations such as pandemics arise.