

Giresun Üniversitesi Tirebolu Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Seyahat İşletmeciliği Programı : KTA'nın Giresun ilindeki çalışmalarına bilimsel açıdan yaklaşılmasına ve turizm sektöründeki hizmet kalitesinin artmasını sağlaması açısından paydaşımızdır.

Amasya Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Otel İşletmeciliği: KTA'nın Amasya ilindeki çalışmalarına bilimsel açıdan yaklaşılmasına ve turizm sektöründeki hizmet kalitesinin artmasını sağlaması açısından paydaşımızdır.

Turizm alanında çalışan Sivil Toplum Kuruluşları: KTA bölgesinin turizminin geliştirilmesi, eksikliklerin giderilmesi ve pazarlamanın yapılması için çalışan yerel ve ulusal sivil toplum kuruluşları paydaşlarımızdır.

Ticaret ve Sanayi Odaları: Turizm konusunda bölgesel teşvikleri takip eden bunları yatırımcılara duyuran, aynı zamanda bir çok turizmcinin üyesi olan meslek odaları sürdürülebilir bir turizm için gerekli olan paydaşlarımızdır.

Ayrıca;sektör ile ilgili diğer kuruluşların katılımı ile paydaşlarımızın sayısı artmaya devam edecektir.

4. İsveç-Kalmar Sektörler Arası İşbirliği Ağları; Bağlam, Teori ve Örnekler

4.1. Sektörlerarası İşbirliği

4.1.1. İşbirliği Ağı nedir?

“İşbirliği Ağı”, belirli bir konuda işbirliği yapan farklı aktörlerin kurduğu bir ağ ve buluşma noktası demektir. “İşbirliği Ağı”, hiyerarşik bir yapı veya coğrafi bir mekân değildir. Ancak, bir çok coğrafi mekânı veya birçok binayı bir araya gelmek için kullanabilir. Bir diğer buluşma noktası ise internettir. “İşbirliği Ağı tarzı düşünmeye” de bir kalkınma ve kapasite artırma modeli olarak bakılabilir.

4.1.2 İşbirliği Ağı aktörleri kimlerdir?

Aktörler, aşağıdaki gibi farklı kesimlerden gelebilir:

- Kamu sektörü
- Ticaret ve sanayi
- Araştırma kurumları ve üniversiteler.

Bu üç aktör arasındaki işbirliğine genellikle “**üçlü sarmal işbirliği**” (*triple helix*) denir.

İşbirliği Ağına, şu diğer aktörleri de ekleyebilirsiniz:

- STK'lar
- Sağlık Sektörü
- Kültürel kurumlar ve diğerleri.

Aktörlerin kimler olacağına, işbirliği ağı “üyeleri” karar verir. Herhangi bir resmi kısıtlama yoktur-pozitif şekilde işbirliği ağı oluşturulmasına katkıda bulunmak için hazır olan her aktör işbirliği ağının parçası olabilir.

Yerel/bölgesel düzeyde, bir işbirliği ağı şu aktörlerden oluşabilir:

- Belediye
- Bölgesel otoriteler
- Yerel/bölgesel şirketler
- Üniversite
- Yerel STK'lar
- Yereldeki kiliseler
- Hastane
- Tiyatro

4.1.3. Bir İşbirliği Ağının Konusu Ne Olmalıdır?

Bir işbirliği ağının aktörleri, genellikle farklı ilgi alanlarına ve farklı bakış açılarına sahiptir. Elbette, ortak bir ilginin olması hayati öneme sahiptir ve bu ortak ilgi aslında işbirliği ağının ana konusudur. Örneğin bu ilgili alanları iklim değişikliğiyle mücadele, verimli atık yönetim sistemi oluşturulması ve etkin kamu taşımacılığı geliştirilmesi, yerel ve bölgesel kalkınma vb. olur. Diğer konular şunlar da olabilir: ticaretin geliştirilmesi veya aktörlerin kendi eylemlerini geliştirmek amacıyla üzerinde işbirliği yapılmasını önemli buldukları diğer hususlar.

4.1.4. Bir İşbirliği Ağı Nasıl Örgütlenir?

Bir işbirliği ağı tüm aktörleri eşittir. Hiçbir aktör diğerinden üstün değildir ve kararları ortaklaşa alırlar. Sürdürülebilirliğin sağlanması için, işbirliği ağının bir ev sahibinin olması önemlidir ancak ev sahibi olacak taraf, diğer aktörler gibi ağın üyesidir yani ağın başkanı değildir. Ev sahibi sadece toplantıları düzenleyen ve bilgileri yayan bir yönetici konumundadır.



Şekil 1: Ortak değer platformu ve konsepti ile merkez

4.1.5. Bir İşbirliği Ağı Ne Yapar?

Bir işbirliği ağında, en az üç düzeyde faaliyet söz konusudur:

1. Bilgi ve deneyim alış-verişi
2. Eş güdüm ve karşılıklı anlayışın tanımlanması
3. Özel faaliyetler ve projelerde işbirliği

Taahhüdün derecesi, birinci düzeyden daha ziyade düşük olabilir ama konu proje işbirliği olduğunda yüksek derecede olmalıdır (genellikle anlaşmalarda beyan edildiği üzere). Normalde, birinci düzey faaliyetlere katılanların sayısı, üçüncü düzey faaliyetlere göre daha fazladır.

Bir işbirliğinin faaliyetlerine, aktörlerin kendisi karar verir. Her bir aktör, kuruluşunun kendisine verdiği yetkiye uygun olarak hareket eder.

Genellikle, farklı düzeylerdeki faaliyetlerin katılımcı sayısı aşağıdaki şekilde verilen üçgen gibidir.. “Taahhüdün” derecesi, düşük düzeyden bir üst düzeye çıkarken artar. İşbirliği projeleri net tanımlanmış mali sorumluluklar ve yükümlülükleri içeren “sözleşmelerle” düzenlenir.



Şekil 2: Merkez Faaliyetler

4.1.6. İşbirliği Ağı Oluşumuna Nasıl Başlanır?

Bir işbirliği ağının başlatılması, karmaşık olmak zorunda değildir. Sadece, kapsamak istediğiniz aktörleri temsil eden bir grup insanı bir araya getirirsiniz. Toplumun çeşitli sektörlerinden temsilciler bulmak için biraz çaba gösterilmesi tavsiye edilir. Burada önemli olan temsilcilerin ortak ilgi alanlarının ne olduğuna ve işbirliği ağının hangi konuda çalışacağına karar vermeleridir! Bazı durumlarda, bir aktör tüm aktörlerin katılmayacağı bir proje üzerinde çalışmak isteyebilir. Bu, bir sorun teşkil etmemelidir. Projeye ilgilenen aktörler geçici bir alt alan oluşturup çalışmaya devam edebilir. Bu durumda, bir alt alanın tüm işbirliği alanını kapsamaması önemlidir – buna katılan aktörler yalnızca kendileri adına konuşabilirler.

4.1.7. İşbirliği Niçin Oluşturulur?

İşbirliği katılımcıları/aktörler bilgi, tecrübe, ağlar vs gibi çeşitli bağlamları ve kaynakları getirirler. İşbirliği faaliyetlerine katılmak böylelikle katılımcılara ve katılımcı kurumlara yeni bir kapasite kazandıracaktır. Hep birlikte, bu durum bir katma değer yaratır; bir artı bir üç veya daha fazla yapar. İşbirliği bir buluşma yeri ve bir ağ hatta bir kalkınma modeli olarak olarak katma değer üretmeye devam eder.

İşbirliği ağı, hem doğrudan sonuçlara daha etkin bir şekilde ulaşılması ve – belki de en önemlisi– genel bilgi ve sonuçların oluşturulması ve belgelendirmesi için doğrudan sonuçların kullanılmasıdır. Bunlar daha sonra, katılımcıların işleri/faaliyet fikirleri ve görevlerine uygun şekilde gelecek faaliyetlerde İşbirliği Ağı ve/veya bireysel katılımcılar tarafından kullanılır.

İşbirliği Ağı, tek bir aktörün altından kalkması maliyetli eylemler yapmasını gerektirebilir ve aynı zamanda, etkileme ve lobicilikte daha güçlü olabilir. Bunların yanında, fikir ve deneyim alışverişi ile iş veya farklı projelerde yeni ortaklar bulmak için güzel fırsatlar yaratır.

Özetlemek gerekirse: İşbirliği Ağı oluşturmak, katma değer yaratmak, doğrudan faaliyetlerle sonuca ulaşmak uzun vadeli kalkınma için verimli bir yoldur. Buradaki amaç, her katılımcının vizyonunu, hedeflerini ve misyonlarını yerine getirmesini sağlamaktır.

Bir İşbirliği Ağı oluşturmadaki anahtar kelimeler şunlardır:

- Farklı aktörler arasında şeffaflık
- Bilgi paylaşımı
- Karşılıklı etkileşim
- Ortak bir platform ve ortaklık
- Kazan- kazan.

4.1.8. Sektörler Arası İşbirliği Ağı'na İki Örnek

4.1.8.1 'Moskogen'/Kalmar'da Eko-Döngü Merkezi

Sürdürülebilir Üçlü Sarmal İşbirliği ve Kapasite Arttırma

Kalmar'daki Atık Yönetimi Tekno Parkı'na, Moskogen Eko-Döngü Merkezi (ECM) denmektedir. Teknoloji, yönetim ve atıkla bağlantılı davranışsal hususlar ile sürdürülebilir kalkınmaya dair kapasite arttırılmasında merkezi bir üstür. ECM üniversite, iş sektörü, kamu sektörü, sivil toplum ve vatandaşlar arasında aktif, uzun dönemli ve dinamik bir iş birliği ağı sunmaktadır. İşbirliği yerel, bölgesel, ulusal ve uluslar arası düzeylerde gerçekleştirilir. Merkezin faaliyetleri, paylaşılan or-

tak değerler platformu ve ECM'nin iş yapma konseptinin kabul edilmesi ve uygulanması şartıyla, herkes tarafından hoş karşılanmaktadır.

Merkez, ne hiyerarşik bir yapı ne de fiziki bir mekandır. Daha ziyade, içeriği aktörlerin ve paylaşılan ortak değerler platformunun yönlendirmesine tabii uzun süreli dinamik bir işbirliği alanıdır.

Paylaşılan Değerler ve İş Kavramı

ECM'nin paylaşılan değerleri ve iş kavramı, şu şekilde şekillendirilmiştir:

"Çevresel sürdürülebilirliğin, hem sürdürülebilir ekonomik büyüme hem de kendi faaliyetlerimizin başarısı için bir araç olduğuna inanıyoruz. Diğerleriyle işbirliği içerisinde, çevresel sürdürülebilirlik alanında uzun vadeli ilerlemeye katkıda bulunma olanaklarımızı kullanma sorumluluğunu üstleniyoruz. Aynı zamanda, sürdürülebilir ekonomik büyümeye katkıda bulunuyoruz. Ulusal, bölgesel ve çevresel kalite hedefleri ile bu hedeflerle ilgili mevcut uluslararası amaçlara erişme yönünde hep birlikte çalışacağız.

Moskogen Eko-Döngü Merkezi'nin Yerel Yönetim, İş Camiası, Üniversite ile çeşitli çıkar örgütleri ve özel kişiler arasında bir işbirliği alanı ve önemli bir merkez üssü olduğuna inanıyoruz. Aktif bir şekilde, bilgi ve tecrübe alışverişi yapmaya, ortak bir anlayışa ulaşmaya, çabaları koordine etmeye ve AR-GE kapsamında ortak projeleri uygulamaya ve göstermeye çalışacağız. Bu işbirliği, ortak kapasitemizin güçlendirilmesinin yanı sıra hepimizin yetkinliğinin artmasına neden olacaktır. Hep birlikte yaptıklarımız, hepimize faydalı olacaktır.

Amaçlar ve Hedefler

Eko-Döngü Merkezi'nin genel amacı paydaşlara şunları sunmaktır:

- Bilgi ve tecrübe alışverişi ile ortak bir anlayış ve koordinasyon için bir alan,
- Kapasite arttırma ve bilgi transferini amaçlayan Araştırma, Geliştirme ve Gösterme platformlarında işbirliği projelerinde aktif bir rol oynama olasılığı (AGG),
- Aktörlerin personeli, öğrenciler, harici paydaşlar arasında ve bazı durumlarda da kamuoyunda yetkinliğin arttırılması için kurslar
- Saha araştırması, pilot ölçekli tesisler, geniş ölçekli laboratuvar deneyleri ve laboratuvarlar arası kıyaslama için deneyler, kimyasal ve biyolojik çevre analizi şeklinde AGG'ye yönelik geniş ölçekli kaynaklar.

Uzun vadeli hedefler şöyledir:

- ECM, eko-döngü ve çevre teknolojisinde araştırma ve geliştirme için uluslar arası alanda tanınmış bir merkez olarak kurulmuş olup erişilebilir bir kaynak ve sürdürülebilir kalkınma ve bölgesel büyüme için mücadelede bir değer olarak görülmelidir.
- ECM'nin güçlü şekilde odaklanabileceği alanlar belirlenmelidir.
- ECM'deki tüm tarafların, bir veya daha fazla odaklanacak alan belirlemesi ve en azından bu üç alanın birindeki faaliyetlere aktif bir şekilde katılması gerekir.
- Stabil ve uzun vadeli faaliyet finansmanının sağlanması gerekir.
- ECM erişilebilir bir kaynak olmalıdır ve faaliyetleri, tüm paydaşlar ve kamu için faydalı olacak şekilde deneyimlenmelidir.

İki Alan

Günümüzde, ECM'in iki alanla bağlantılı faaliyetleri temel alması planlanmıştır:

” *Tegelviken eko-döngü merkezinin*” –günümüz ve yarının atık yönetimi sistemlerini gösterme ve deney mekanı olarak geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çocuklar ve gençler, odaklanılacak özel gruplardır. Bugün, Tegelviken vatandaşların bahçelerinden topladıkları kompost edilebilir atıkların, elektronik atık (TV, bilgisayar vs), ampül, soba, buzdolabı, tehlikeli atık vb evsel atıkları getirdikleri bir geri dönüşüm merkezidir. Tegelviken, şehrin dış eteklerinde yer almaktadır.

”*Moskogen*” atık tekniği ve enerji merkezi olarak herkesin ilgi gösterdiği bir yerdir. Moskogen, eskiden çöp depolama alanı olup günümüzde, yeni enerji ve ısı kombine tesisi bulunmaktadır. Odaklandığı alanlar sanayi ve ev atıkları alanında faaliyet gösteren atık işleme işletmeleri, enerji ve ısı kombine santrallerinden çıkan küller, çöp depolama alanlarındaki çöp suyunu biyolojik yöntemle arıtan tesisler ve yeni enerji ve ısı tesislerinin oluşturulmasıdır. Aynı zamanda, tam kapsamlı bir laboratuvar ve atık işçilerine yönelik bir eğitim/kurs düzenlenmesi fikri de söz konusudur. Hedef gruplar, bu alanlarda çalışan profesyonellerin yanı sıra ulusal ve uluslar arası heyetlerin ve iş ortaklarının buraları ziyaret etmesidir.

Katılımcı Ortaklar

ECM'nin büyük paydaşları bugün *Sustainable Sweden Southeast AB* (Sürdürülebilir İsveç Güneydoğu AB), Kalmar'daki ortak atık yönetimi kuruluşları olan *Kalmar-sundsregionens Renhållare (KSRR)* yanı sıra üç belediye, Kalmar Enerji Ltd, Linneus Üniversitesi, atık ve çevre danışmanlık şirketi “*Vatten och Samhällsteknik AB*” ve Kalmar Şehri'dir.

Şu anda, Kalmar Belediyesi işbirliği ağının ev sahibidir ve Belediye Meclisi'nden

bir personel de işbirliği ağının sekreterliğini yürütmektedir.

4.1.8.2. Ortak Olarak Kalmar Turizm Ofisi: www.visitse.se

Günümüzde, Kalmar Bölgesi'ni yılda ziyaret edenlerin sayısı 3 milyondan fazla olup 1 milyon gece kadar konaklamaktadırlar. Turizm sektörünün cirosu yaklaşık 700 milyon İsveç Kronu'dur (2006).

Kalmar'ın köklü bir turizm geçmişi olup ziyaretçi turistlere hizmet sunan ilk İsveç şehirlerinden birisidir. 1920'lerde, Kalmar ve Öland, yalnızca yaz aylarında açık olan bir turizm ofisini paylaşmaktaydılar. Bugün, Kalmar Turizm Ofisi, yıl boyunca açık olup yaklaşık sezon başına 90000 ziyaretçisi olmaktadır.

”*Kalmar ve bölgeyle ilgili bilmek istediğini her konuda, ister burada ikamet ederseniz turist olarak gelin, sizlere yardımcı oluyoruz. Aynı zamanda, İsveç'in diğer bölgeleriyle ilgili bilgilendirici malzemeler de sağlıyoruz. Arzu eden ziyaretçiler, kendi kendilerine bilgi aramak isterlerse turistlere ayrılan bilgisayardan araştırma yapabiliyorlar.*

”*Buradan, farklı konaklama yerlerinden rezervasyon yapabiliyorsunuz: örneğin otel, apartman dairesi, kır evleri, oda vs. Aynı zamanda, tiyatro paketleri ve diğer etkinlikler için özel hizmetler bulabilirsiniz.*

”*Bunların dışında, Turizm Ofisi üzerinden kişiye özel rehber tutarak şehri gezebilir ve arzu ederseniz, size otobüslü gruplar vs. için güzergah tavsiyesinde bulunabiliriz.*

”*Turizm Ofisi Mağazası'nda geniş yelpazede hediyelik eşya, harita ve kitap bulabilirsiniz. Bizler, aynı zamanda STF üyeliği, Kulturarvskortet (Kültürel Miras Kartı) ve çeşitli etkinliklerin biletlerini satıyoruz.*

”*Kalmar Misafir Limanı yönetiminden de biz sorumluyuz ve kentimizi tekneleriyle*

ziyaret eden turistlere çeşitli hizmetler sunuyoruz.

Kalmar Turizm Ofisi, bir Anonim Şirket olup gayri resmi bir ağ/alanda turizm sektörüyle işbirliği yapmaktadır. Belediye, bu şirketin hissedarıdır. Diğer sponsorlar ise turizm ofisi hizmetlerinden yararlanan şirketlerdir. Kalmar Turizm Ofisi Kalmar Şehri'nden 2.5 milyon İsveç Kronu kadar destek almaktadır. Gerçekleştirdiği ticari faaliyeti yılda 9 milyon kronluk bir ciro getirmektedir. (2006)

Belediye komisyonu, Turizm Ofisinin yıl boyunca açık kalmasını, ziyaretçilere bilgilendirici kaynaklar vermesini, turizm sektörünü pazarlamasını, bölgesel işbirliği tesis etmesi ve Misafir Liman Hizmetlerini yürütmesini desteklemektedir.

İsveç'e Ziyaret

2007'den bu yana, Kristal Cenneti olan Kalmar ve Öland ziyaretçiler açısından bir-

likte daha iyi, daha akıllı ve daha eğlenceli bir seyahat deneyimi oluşturmak için ortaklaşa bir proje üzerinde çalışmışlardır. Bu projenin adı "Güney Doğu İsveç'i Ziyaret" olmuştur ("Visit South East Sweden" – www.visitse.se. İsveç'e Ziyaret hem İsveçli hem de uluslar arası ziyaretçileri buraya çekmeye ve büyük bir planlama ve rezervasyon sistemi sunarak işleri ziyaretçiler için kolaylaştırmaya çalışmaktadır.

Visitse ve [Upplevelseplaneraren](http://Upplevelseplaneraren.com)® (Tatil Planlayıcısı) ile, ziyaretçi olan sizler İsveç'teki müthiş bir yere seyahatinizi planlayıp rezervasyon yapabilirsiniz: mesela Kristal Cenneti Kalmar ve Öland'a. Ayrıca, dostlarınıza ve tanıdıklarınıza tam bir seyahat güzergahı tavsiye edebilmemiz için, seyahatiniz esnasında müthiş, lezzetli ve eğlenceli tavsiyeler alacaksınız.

www.visitse.se

The screenshot shows the Visitse website homepage. The navigation menu at the top includes 'StartPage', 'About Visitse', 'Travel', 'Accommodation', 'Cabins', 'To do', 'Events', 'Package offers', and 'Basket'. The main content area features a 'Welcome to Kalmar' banner with a photo of a castle and a 'Book Glasriket, Kalmar and Öland' section. On the right, there is a map of South East Sweden and a list of upcoming events.

4.2 İşbirliği Yönetimi

İsveç'teki yerel/bölgesel ekonomik kalkınma günümüzde farklı kurumsal birliklerdeki birçok ortakla işbirliği yapılması ve interaktif süreçlerle çok yakından bağlantılıdır. İşbirliği yönetimi, bu nedenle sonuç elde etmek için en önemli becerilerden birisidir. İşbirliği uzmanları genellikle kamu, özel sektör, üniversiteler ve STK'larla yapılan organizasyonlarda kullanılırlar

Gerekli işbirliğini elde etmek için dört farklı iletişim düzeyi/yöntemleri tanımlanmıştır. Bunların dördünde de, kazan-kazan prensibi başarılı bir iletişimin bir faktörüdür. Genellikle, tüm ortakların uzun vadeli bir davranış şeklini elde et-

medeki verimliliği, Katılım ve Eş-yönetim kullanıldığında daha yüksektir.

1. Bilgi alışverişi
2. İstişare
3. Katılım
4. Eş yönetim

Aşağıdaki tablolarda yöntemler, amaçlar ve araçlar tanımlanmıştır. Bu tablo, amaçlar vs ile ilgili genel bir fikir vermekte olup bu alanı tam olarak tanımlamamaktadır.

Yöntem ve araçlar tercih edilirken, iletişimin amacı ve mevcut ön şartlarla bağlantılarının kurulması gerekir

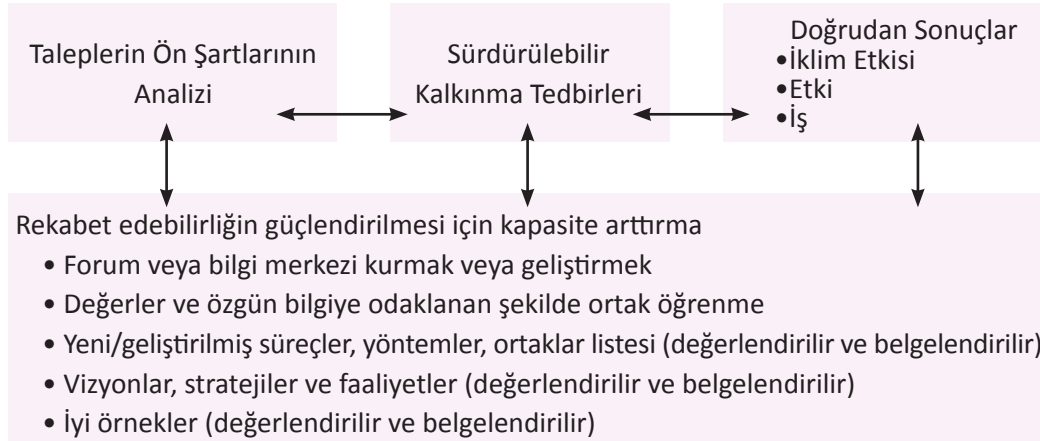
İstişare İki yönlü iletişim – Dialog	Ortak(lar)/hedef grup(lar)dan bilgi, görüş, tecrübe edinmelisiniz. Ortak, sizinle bilgi vs. paylaşır. Doğru anlayıp anlamadığınızı görmek için <u>siz</u> soru sorarsınız.	Aşağıdaki tarafların görüşlerini almak istersiniz: <ul style="list-style-type: none"> • Güvenli okul yolları hakkında belirli bir yerde ikamet eden gençlerin görüşleri • Otellerin kalitesi hakkında ziyaretçi görüşleri • Başvuru yazmada AB uzmanlarının bilgisi 	<ul style="list-style-type: none"> • Görüşmeler • Araştırmalar • Halkla açık toplantılar • Daimi veya geçici odak grupları
Yöntem	Amaç	Örnekler	Araçlar
Bilgi Tek yönlü iletişim	Ortağa(ortaklara)/hedef gruba(gruplara) bilgi, görüş, tecrübe vs.'yi geçmeniz gerekir <u>Ortak/hedef grupça</u> bilgilerin doğru anlaşılıp anlaşılmadığını anlamak için, ortak(lara)/hedef grup(lara) soru sorarsınız	Bir etkinlik ne zaman ve nerede gerçekleşecek. Belediye'de kim neyi yapıyor. Proje sonucu	<ul style="list-style-type: none"> • Gazete • Web-sayfaları • Radyo/TV • Duyuru Panosu • Sosyal ortam • E-mail • "Ağızdan ağıza"

<p>Katılım</p> <p>Ortaklar katılım gösterirler ve ilgili iş ve sonuçtan yana sorumluluk alırlar</p>	<p>Ortağın, bir proje veya çalışma gruplarında aktif şekilde yer almasını istersiniz/almasına ihtiyacınız vardır. Aynı şekilde, ortağınızın sizin böyle yapmanıza ihtiyacı vardır/yapmanızı ister.</p>	<ul style="list-style-type: none"> okul yolu güvenliğini iyileştirmek amaçlı çalışma tedbirleri listesi hazırlamaları için öğrencileri konuya dahil etmek. Turizm sektörü, kamu sektörünü ve turizm derneklerini bir Etkinlikler Takvimi oluşturmak için konuya dahil etmek 	<ul style="list-style-type: none"> Çalıştaylar Daha fazla uzun vadeli projeler İşbirliği alanları
<p>Eş- Yönetim</p> <p>Paylaşma gücü.</p>	<p>İşbirliğinin ortak amacına ulaşmaya yönelik teşvik yaratmak için ortakların güçlerini paylaşması gerekir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Ortak bir turizm ofisinin işletilmesi için eş-yönetim Bir yaşam alanının konut şirketiyle ve ortakların kiracı olarak hareket ettiği bir eş yönetim (örn. dış mekan) 	<ul style="list-style-type: none"> Daimi veya proje odaklı bir işbirliği sözleşmesi

4.3. Kapasite Arttırılması

Kapasite Arttırma, bir kurumun yetkinliğinin ve rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesiyle ilgilidir. Genel bilginin, yapılandırmanın, yöntemlerin vs. hakkındaki iyileştirilmiş bilgilerin oluştu-rulması ve yayılması için doğrudan kazanımlar/sonuçlar analiz edilir. O zaman, bunların gelecek faaliyetlerin verimliliğini geliştirmek için kullanılması gerekir.

Kapasite Arttırma modeli, aşağıdaki genel tabloda gösterilmektedir.

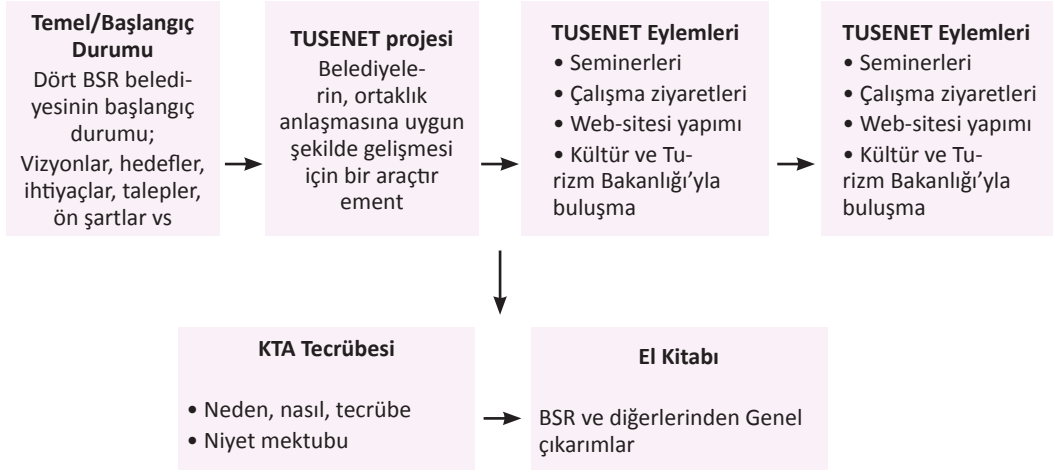


Tusetnet projesi, Kapasite Arttırma modeli örneği vermek için kullanılmaktadır.

TUSENET projesinin ana hedefleri ve görevlerle ilişkili bazı doğrudan sonuçlar yaratmıştır. Bu sonuçlar, genel hedef ve görevin yerine getirilmesinde küçük bir adım olabilir. Ancak, faaliyetler ve sonucu iyi örnekler olarak kullanılabilir.

Bu sonuçların, aynı zamanda genel çıkarımlar elde etmek için analiz edilmesi gerekir. Uzun vadede, bu sonuçlar gelecek faaliyetlerin verimliliğinin yükseltilmesi için kapasiteyi arttırmasına rağmen, bunlar belki de en önemli sonuçlardır.

Bu genel çıkarımlar veya çıkartılan dersler yeni etkinliklerde vs.'de kullanılır. Böylelikle, kurumun becerileri geliştirilir.



5. KTA'nın Kurulması ve Genel Sonuçlar

5.1 Neden KTA?

Türkiye turizm sektörü açısından önemli gelire sahip bir turizm ülkesidir. Karadeniz bölgesinde de turizm giderek gelişmektedir.

Ancak, ülkemize gelen turist sayısı yüksek olmasına rağmen Karadeniz Turizm Ağı'nı içeren Samsun, Ordu, Amasya ve Giresun gerek ulusal gerek bölgesel turizm gelirinden yeteri kadar pay almamaktadır.

Karadeniz'de turizm hareketi Trabzon ve doğusuna yoğunlaşmış durumdadır. Bu turizm hareketini Samsun ve Amasya'ya kadar batıya uzatmak böylece Ordu ve Giresun'un da içinde olduğu bir turizm alanı yaratmak gerekmektedir.

Karadeniz Turizm Ağı, Karadeniz'e araçla gelen turistler için de çekici bir güzergâh yaratarak, Karadeniz'i baştan başa bir turizm cenneti haline getirebilecektir.

Bölgemizde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ulusal ve bölgesel turizm planları bulunmasına rağmen turizmde henüz bölgesel bir uygulama bulunmamaktadır.

Tur grupları genel olarak her il için ayrı planlar yapmakta, iller kendilerini ve turizm alanlarını tanıtırken hemen yanı başında bulunan komşu ilin turizm potansiyelinden yararlanmayı düşünmemektedir.

Kendisine çok yakın bulunan bir turizm değerini tehdit olarak gören anlayışın önüne geçip, yakınındaki bir turizm değerini

fırsata çevirmek için “**Karadeniz Turizm Ağı**” kurulmuştur.

5.2 Görevi

İsveç Bölgeler ve Yerel Yönetimler Birliği-SALAR ve Türkiye Belediyeler Birliği-TBB ortaklığında yürütülen TUSENET projesi kapsamında Karadeniz Grubunda çalışan, sürdürülebilir kalkınma ve turizmin gelişmesini amaçlayan bir turizm ağıdır.

Karadeniz Turizm Ağı; Karadeniz Bölgesinde turizmin geliştirilmesinde etkin rol üstlenir. Böylece Karadeniz Bölgesini ülkemizin diğer bölgeleriyle turizmde rekabet edebilir hale getirip bölgesel kalkınmaya katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

KTA'nın görevleri şunlardır:

- Ulusal, bölgesel ve yerel turizm planların hedeflerine katkı sağlamak ve planların sürekli güncellenmesini desteklemek,
- Yeni turizm değerlerinin üretilmesinde etkin rol oynamak,
- Mevcut turizm sektörünün tüm aktörlerin katılımını sağlamak,
- Karadeniz Turizm Ağındaki başarılı sonuçların diğer sektörlere örnek olacak bir kalkınma aracı olarak kullanılmasına yardımcı olmak,
- Bu turizm ağını bölgenin diğer nitelikli turizm bölgelerinin katılımına açık tutmak,
- Bölgenin doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerini koruma bilinci ile birlikte tanıtmak,
- Çalışma disiplinlerini ve etik kurallarını ortaklaşa belirlemek,
- Bölgenin turizm politikalarının oluşmasında aktif rol üstlenmek.

Karadeniz Turizm Ağı, illerin kardeşliğini turizmin güler yüzüne çevirmek, yapılan

ortak faaliyetlerle bölge için yapılan ulusal turizm planlarını hayata geçirmek böylece bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına destek olmak ister.

Bölgesinde yerel yönetimlerin kendi aralarında ve merkezi yönetim ile turizm amaçlı işbirliğinin güçlendirmesini sağlar,

Bölgesinde turizm sektöründeki hizmet anlayışının iyileşmesi için çalışır. Özel sektörün önünü açacak girişimlerde bulunur.

5.3 Organizasyonlar ve Ortaklar

Karadeniz Turizm Ağı bir belediyeler birliği ya da bir şirket değildir. Her hangi bir tüzel kişiliği de bulunmamaktadır.

TUSENET Projesi ortakları olan Samsun Büyükşehir Belediyesi, Amasya Belediyesi, Giresun Belediyesi ve Ordu Belediyesi tarafından oluşturulmuştur.

Karadeniz Turizm Ağı; Bölgedeki İl Özel İdarelerin, Belediyelerin, Üniversitelerin, Meslek Odalarının, Sivil Toplum Örgütlerinin ve Sektör Kuruluşlarının katılımıyla genişleyecektir.

5.4 Niyet Mektubu

16.10.2009 tarihinde Ankara'da Türkiye Belediyeler Birliği'nde imzalanan iyi niyet mektubunun içeriği şöyledir.

“Bizler, TUSENET projesi kapsamında Karadeniz Modülünde çalışan ve sürdürülebilir kalkınma ve turizmin gelişmesini amaçlayan belediyeler olarak;

Karadeniz Bölgesinde turizmin geliştirilmesi ve Karadeniz'in turizmde çekim merkezi olabilmesi için, diğer belediyeler, il özel idareleri, üniversiteler, ticari işletmeler ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmak suretiyle kanunla gösterilen hizmet alanlarımızda refah, sağlıklı çevre ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmayı hedefliyoruz.

Hedeflerimize ulaşmak için ortak projeler üretecek ve yürütecek, iyi ve kötü tecrübelerimizi fırsata çevirmek için güçlü ve sürekli iletişim mekanizmalarını yaratacağız.

Turizm alanında faaliyet gösteren, ilgili paydaşlarla işbirliği içerisinde bölge ekonomisinde turizmin payının artırılması amacıyla “Karadeniz Turizm Ağı” kurmak ve gerekli çalışmaları yasal çerçevede yürütmek için karar birliğine vararak bu iyi niyet mektubunu imzalıyoruz.”

5.5 KTA Logosu

Karadeniz Turizm Ağı, Samsun Büyükşehir, Amasya, Ordu ve Giresun belediyeler tarafından kurulmuştur. Ancak Karadeniz’deki diğer illerin katılımı ile genişlemeyi planlamaktadır.

Kurucu dört ilin emeklerine saygı için bu illerin spor takımlarında kullandıkları ana renkleri logoda kullanılmıştır.

Logoda, Samsun: kırmızı, Ordu: mor, Giresun ve Amasya ise yeşil renkle logoda temsil edilmektedir.

Karadeniz Turizm Ağı’nın genişlemesi önünde engel olmaması için illerin isimlerine logo da yer verilmemiştir.

5.6 www.karadenizturizmagi.net

İletişim Ağı turizmde öncü rol almak için, planlarını ve yaklaşımlarını turizme aktif bir şekilde kazandırabilmek için bir web sitesi kurmuştur.

Web sitesi, bir turistin KTA bölgesinde ilgilenilebileceği her türlü ihtiyaca cevap vermek üzere yola çıkmıştır.

www.karadenizturizmagi.net adresinde, bölgedeki kültür, doğa ve eğlence turiz-



mi noktaları, buralara ulaşım, yemek önerileri ve konaklama önerileri bulunmaktadır.

Web sitesi tarafından zamanla tanıtılacak olan turizm işletmeleri KTA’nın prensiplerine uygun çalışan, temiz, güleryüzlü ve dürüst hizmet veren bir işletme olacaktır.

KTA, bölgede turiste önerileriyle rehberlik edecek, bölgeye gelen her turistin memnuniyetle ayrılmasını sağlamak için çalışacaktır.

5.7. Faaliyetler ve Kuruluş Aşamaları

TUSENET projesi Karadeniz modülü, İsveç’in Kalmar Kentinde inceleme ziyaretlerinde bulunarak hedefleri doğrultusunda tecrübeler edinmeye çalışmıştır.

Bu ziyaretlerde Kalmar’ın komşu belediyelerin ortak çalışma biçimleri, turizm yaklaşımları, insanların turizm alanında nasıl teşvik edilebileceği, bireysel girişimlerin turizmdeki önemi gibi bir çok konuda oluşmuş tecrübeler yerinde incelenmiştir.

Karadeniz Grubu olarak Kalmar Belediyesi temsilcilerine turizm alanlarımız gezdirilmiş, ortak toplantılar düzenleyerek bu alanların kullanımı ve tanıtımı ile ilgili görüşleri alınmıştır.

Paydaşlarımızla, Karadeniz’de nasıl bir turizm ortaklığı yaratılabilir, yasal zeminin olanakları nelerdir ve planlanan turizm faaliyetleri pratikte nasıl hayat bulabilir konularının tartışıldığı çalıştaylar düzenlenmiştir.

Daha sonra Bölgenin ortak turizm planının taslağı yapılarak Karadeniz Turizm Ağı’nın çalışma şekli ve sınırları belirlenmiş sonrasında da İyi Niyet Mektubu imzalandı.

5.8. Olanaklar ve Engeller

Bölgemizde illerin ortak turizm değerlerinden bir tur güzergahı yaratılmamış olması bu zamana kadar bir eksiklikti.

Örneğin Samsun İli Türkiye Cumhuriyeti kurulması ile ilgili önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle Cumhuriyet ve Atatürk’le ilgili kaliteli müzeleri ve gezi alanları vardır.

Amasya ise şehzadeler kenti olarak ünlenmiş. Osmanlı döneminin önemli kentlerinden birisi olarak bu alanda turizm değerlerini geliştirmiştir.

Giresun ve Ordu ise tarihi bir kent olarak yunan mitolojisinde önemli bir yere sahiptir. Doğa turizmi açısından turizm çeşitliğine katkı sağlamaktadırlar.

Bir bütün olarak kısa bir alanda bir çok devlet ve medeniyetin sergilendiği bir bölge olan KTA bölgesi illerin birbirinden kopukluğu nedeniyle ortak programlar üretememiş ve tanıtımda birbirinden güç almamıştır.

Örneğin bölgenin birbirine en yakın iki ili olan Ordu ve Giresun illerinin arası yirmi dakikalık mesafe olmasına rağmen Ordu’da kalan bir tur günü birlik Giresun’a gitmemekte ya da Giresun’da kalan bir tur Ordu’ya günü birlik gitmemektedir.

Bölgede gelişmemiş olan iletişim ve ortaklık bilinci bir engel olarak Karadeniz Turizm Ağı’nın önünde durmaktaydı.

Bu konuda TUSENET projesi oldukça önemli bir ilerleme sağlamıştır. Dört belediye beraber çalıştı, beraber öğrendi, tartıştı. KTA içinde iletişim güçlendirildi. Bu durumun bölge içinde turizm ve diğer sektöre yansımaları düşünülüyor.

5.9. Sonuç-Değerlendirme

TUSENET projesi bizlere komşularımızın rakip olmadığını aslında birbirimizden güç aldığımızı öğretti.

Planlamada ve üst ölçekde beraber olmak, rekabeti ise ticari işletmelere bırakmak gerektiğini gördük.

Özellikle Karadeniz’de illerin kendi için de bile ilçe veya köy belediyeleri ile zor çalıştığını düşünürsek dört il belediyesinin ortak bir çalışma yapması için çok da hazır olmadığımızı düşünmek zor olmasa gerek. Ancak süreç içerisinde, beraber zaman geçirip ortak hedefler belirledikçe il belediyelerinin de ortaklık ruhu içinde davranabileceğini gördük.

Dört belediye TUSENET projesinde çok fazla ortak zaman kullandı. Bunun sonucunda belediyelerin kendi içinde bile her birim arasında oluşturamadığı ekip ruhu TUSENET içinde dört ayrı belediye için oluşmuş bulundu.

Ortak zaman geçirmenin avantajlarını Karadeniz Turizm Ağı örneğine olumlu yansıtacağını düşünüyoruz.

Bu proje aynı zamanda Türkiye’de Belediyelerin kurulmasını sağladığı Kent Konseylerine de önemli tavsiyeler taşımıştır. Karadeniz modülündeki Belediyeler bazı uygulama tecrübelerini de birbiri ile paylaşmış ve çalışmalarında kolaylıklar sağlamıştır.