



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 45 Volume: 9 Issue: 45

Ağustos 2016 August 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

İSLAM DÜNYASI TURİZM BAŞKENTİ SEÇİLMENİN KONYA TURİZMİNE ETKİLERİ KONYA MENTIONED AS THE TOURISM CAPITAL OF ISLAMIC WORLD AND EFFECTS OF KONYA'S TOURISM

Ahmet BÜYÜKŞALVARCI*
Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR**
Mesut Murat ADABALI***

Öz

İslam birliği, uzun yıllar boyunca sağlam bir temele oturtulmaya çalışılmış, özellikle Birinci Dünya Savaşı sonrasında Osmanlı İmparatorluğunun parçalanması ile eski Osmanlı topraklarında birçok Müslüman devlet kurulmuştur. Bu Müslüman devletler, gerek mezhep gerekse düşünce yapısı olarak birbirinden farklılıklar göstermekteydi. Bu farklılıkların İslam dünyasını parçalamaması için birlik olma ihtiyacı doğmuştu. Bu sebeple her alanda tam bir birlik olma ilkesi ile eski adı İslam Konferansı Örgütü olan İslam İşbirliği Teşkilatı kurulmuştur. Bu teşkilatın, ülkeler arasındaki bağı güçlendirmek amacıyla uygulamaya geçirdiği projelerden bir tanesi de İslam Dünyası Turizm Başkenti fikridir. Bu uygulamanın temel amacı, kültürel ve sosyal bakımdan İslam ülkelerinin bağlarının güçlenmesini sağlamak ve ülkeler arasında ekonomik bir canlılık meydana getirmektir. Çalışmada Konya'nın 2016 yılı İslam Dünyası Turizm Başkenti seçilmesi ve kente getirdiği etkilerden bahsedilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Konya, Turizm, İslam Dünyası.

Abstract

Islamic cooperation, have tried to be established for many years, especially subversion of the Ottoman Empire ,after the First World War, many Muslim states were founded in former Ottoman Empire lands. This Muslim states had differences from each other peculiarly about ideas and religious order. These differences threated Islamic World and Islamic states had to be re-union. Therefore, The Organisation of Islamic Cooperatin was founded and one of the main point of this cooperation is, The Tourism Capital Of Islamic World. The main purpose of this idea, solidify Muslim people to each other and bring economic vitality across countries. Our case is about, Konya was mentioned as The Tourism Capital Of Islamic World for 2016 and effects of Konya's tourism activities.

Keywords: Konya, Tourism, Islamic World.

Giriş

İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT), eski adıyla İslam Konferansı Örgütü (İKO), kuruluşundan bu yana, İslam ülkelerinin hayatın her alanında işbirliği içinde olması konusunu ilke edinmiş, her yıl düzenli bir şekilde yapılan toplantılarında İslam Dünyasının sorunlarına çözümler aramıştır. Ekonomi, politika, terör gibi ana başlıklar altında sorunlarını çözmeyi amaçlayan bu kuruluş, aynı zamanda 57 adet İslam ülkesi arasında ekonomik, siyasi, kültürel anlaşmalar yapmıştır. Kültür ve ekonomi kapsamında, İİT ülkeleri arasında turizmi teşvik etmek amacıyla, 2-3 Haziran 2014 yılında Endonezya'nın başkenti Cakarta'da bir araya gelen İİT turizm bakanları, İslam ülkeleri arasında turizmi canlandırma kararı almışlardır. Yapılan çalışmalar sonucunda 27 Kasım 2014 yılında İstanbul'da düzenlenen İİT Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi Genel Kurulunda (COMCEC) İyad Ameen Madani'nin yaptığı konuşmada, El Kudüs ve Konya şehirlerinin 2015 ve 2016 yılları için sırasıyla İslam Turizm Başkenti olarak ilan edildiğini açıklamıştır. 2016-2025 yılları arasında gerçekleşmesi planlanan bu uzun vadeli sürecin, İslam ülkeleri arasında birçok konuda etkileşim gerçekleştirmesi ön görülmektedir (İslam İşbirliği Teşkilatı, 2016). İslam ülkeleri dışındaki ülkelerde yapılan tatillerde en büyük sorunun helal gıda olması sebebiyle, İİT'ye üye ülkeler arasında bir turizm akımı gerçekleşmesi amaçlanmıştır. Bu sebeple 2015 yılı için ve ilk olarak, kutsal kentlerden birisi olan Kudüs Turizm Başkenti seçilmiştir. İİT'nin turizm başkenti olarak seçtiği diğer ülkeler ise, 2016 yılı için Türkiye (Konya), 2017 yılı için İran (Tebriz), 2018 yılı için de Suudi Arabistan (Medine)'dir.

1. Literatür Taraması

İlgili literatüre bakıldığında, İslam ülkeleri ve turizm konulu çalışmalarda aşağıdaki konular çoğunlukla göze çarpmaktadır.

Genel turizm açısından incelendiğinde,

Battour, (2015) "Malezya'ya seyahat eden turistlerin seyahat motivasyonu ve tatminleri ile ilgili yaptığı deneysel çalışmada, dini inançların ne kadar etkili olduğu ile ilgili araştırma yapmıştır. Buna göre, dini inançların, insanların tatil yapacakları destinasyonlarını ve tatil çeşidini doğrudan ve keskin bir biçimde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Battour, İsmail ve Battor, (2011); "Müslüman turistlerin destinasyonlarının seçiminde etkili olan özellikler" konulu çalışmasında, helal turist paketi içerikli destinasyonların, turistlerin karar vermesinde ne

kadar etkili olduğunu ölçmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda 53 katılımcıyla yapılan görüşmelerde, İslami özellikler taşıyan destinasyonların kişiler için bir öncelik olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Bhuiyan, Siwar, İsmail ve İslam, (2011); "İslami turizmin potansiyeli" konulu çalışmada, Allah'ın hoşnut olacağı eylemlerin destinasyon seçimine etkisini ölçmeyi amaçlamıştır ve araştırma sonucunda, dini görevlerine sıkı sıkıya bağlı kişilerin, tatil yaptıkları esnada da bu bağlılığa devam ettiğini ve bu durumu karşılayabilecek destinasyonları tercih ettiğini tespit etmiştir.

Calderwood, (2015); ise "Endülüs'ün icadı-Geçmiş keşfetmek ve Granada'nın İslami turizm bölgelerini kurmak" konulu çalışmada, Granada'nın İslami geçmişini kullanarak yeni turizm bölgeleri kurulması ve özellikle turizm açısından büyük potansiyeli olan, çevresinde genellikle Faslı göçmenlerin yaşadığı, El-Hamra sarayının daha etkin kullanılması ve İslam turizm alanı olarak geliştirilmesi konusuna değinmektedir.

Carboni, Perelli ve Sistu, 2014 yılında yaptığı çalışmada, "İslami turizm Tunus turizmi için uygun bir seçenek mi? Djerba kenti örneği" konusunda, Dünya genelinde İslami turizm akımının yükselişe geçmesi ve bu bağlamda mevcut potansiyeli bulunan merkezlerin kapasiteleri ve yaşam şartlarının artırılması, aynı zamanda Yasemin Devrimi'nden sonra, Djerba kentinde düşüşe geçen turizm talebinin İslami turizmi kullanarak artırmanın hangi yollarla yapılması gerektiğini önermiştir.

Eid ve Gohary (2015), ise; "Koyu İslamcılığın, algılanan değer ve turist tatmini arasındaki ilişkideki rolü" başlıklı çalışmada, Müslümanların büyük bir turizm hareketine sahip olduğu ve bu nedenle turizm pazarı için önemli olduğunu, 537 Müslüman turistin katıldığı çalışmada katılımcıların büyük çoğunluğunun dini inançlarının, müşteri tatmininde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Ghadami, (2012) ise "Turizm endüstrisinde İslam'ın rolü" başlıklı çalışmada, İslam ve turizm faaliyetleri arasında bir bağ olduğu ve İslam dinine mensup turistlerin turizm politikalarında, İslam dininin önemli bir yer tuttuğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Hassan, Abdullah ve Razalli, (2011); "İslami oteller için model geliştirme: Fırsatları ve Zorlukları tespit etme" başlıklı çalışmada İslami otelleri tarif etmekte ve turistlerin İslami otellerden neler beklediğini anlatmaktadır.

Henderson, (2011) "Din turizmi ve yönetimi: Suudi Arabistan ve Hac örneği" başlıklı çalışmada, Hac turizminin sürdürülebilirliği ve Hac turizminin özel yanları, yüksek insan katılımı ve zorluklarına karşı mücadelede alınan önlemler yirmi birinci yüzyıl gözüyle değerlendirilmiştir.

Inhorn, (2012); Ortadoğu ülkelerindeki kısırlık tedavisi kapsamında sağlık turizmi hakkındaki çalışmada, İslami etiklere uygun bir biçimde, İran ve Lübnan'ın turizm faaliyetlerine değinmiştir.

Mujtaba, (2015); Kutsal Ramazan ayı ve Umre'nin turistik ilişkisini araştırmış, aynı zamanda Birleşik Arap Emirliği'nde Ramazan ayında ne tür turizm faaliyetleri yapıldığını ve konuklar için yapılan hazırlıklara çalışmada yer vermiştir.

Rahman, (2014); Malezya'nın Kuala Lumpur kentinde İslami konsepti tercih eden turistlerin destinasyon bağlılığını incelemiş ve çalışmada, İslam inancına sıkı sıkıya bağlı olan turistlerin, destinasyona bağlı kalmalarının en önemli sebebinin İslam dinine uygun uygulamaların ve konaklama düzenlemesi yapan otellerin olduğunu ifade etmiştir.

Stephenson, (2014) çalışmada; İslam misafirperverliğini incelemektedir. Buna göre, batı kültürüne göre farklılıklar taşıyan misafirperverlik İslam ülkeleri açısından normal karşılanmakta fakat Batı'dan gelen turistler için ilginç olmaktadır. İslamofobi'nin yükselmesi ve mevcut İslam ülkelerinin durumları göz önüne alındığında turizmi geliştirmek için ne gibi önlemler alınması gerektiğinden bahsetmiştir.

Süt, (2014) yaptığı çalışmada, İslam ve turizm ilişkisini incelemiş, Kuran-ı Kerim'de seyahat ile ilgili geçen ayetler ışığında İslam dinine mensup kişilerin seyahatlerini nasıl yönlendirmeleri konusunda bilgi vermiştir.

Ekonomik açıdan irdelendiğinde,

Çokgezen ve Kuran, (2015) "İslami Kredi Kartları" başlıklı çalışmada, tüm Dünya'da İslamlaşma dönüşümünün meydana geldiğinden ve bu dönüşümün kurallarının Şeriata göre düzenlendiğinden bahsetmektedir. Bu etkinin kendisini ekonomide de gösterdiği ve İslam ülkelerinde (B.A.E., Malezya) popülerliğinin arttığını ifade etmektedir.

Diñçer, Diñçer ve Yılmaz, (2015); "İslam Ülkelerinde Girişimciliğe Türk Turizminin Katkısı" başlıklı çalışmada, İslam Ülkelerinin Dünya turizm hareketlerindeki yükselişi ve Türk turizm ortaklarının bu yükselmeye karşı verdiği tepkilerden bahsetmiştir.

Kreiner, Shmueli, Ben Gal, (2015), "Dini Turizm Bölgelerindeki Çatışmaları Anlamak" konulu makalesinde, din ile turizm arasındaki bağa değinmiş ve bir çerçeve oluşturmuştur. Bu çerçeve değerler, sorunlar ve bulgular olmak üzere üç ana başlıktan oluşmaktadır. Dini çatışmaların turizmin de katkılarıyla önlenebileceği ifade edilmiştir.

Merdad ve Hassan, Hippler, (2015), Dünya’da büyüyen İslami finans sektörünün güçlü değişimler geçirdiğini belirtmiş, 2003 ve 2011 yılları arasında bir karşılaştırma yapmıştır. Buna göre, tüm risk faktörleri dikkate alınarak İslami finans uygulamalarında tek yada üç faktörlü model kullanılmasının başarıya ulaştırabileceği ifade edilmiştir.

Zarandian, (2015), “İslami Gönüllü Turizmin Turistler Üzerindeki Etkisi-Tahran” başlıklı çalışmada, İran’ın Shabake bölgesinde gönüllü turizmci olarak faaliyet gösteren kişiler üzerinde yapılan anket sonucunu paylaşmaktadır. Çalışma sonucuna göre, gönüllü turizmcilerin, yoksulluk, kişisel ve sosyal becerilerinde gelişmede bir artış ve hayata bakış açıları konusunda değişime uğradıkları belirtilmiştir.

Helal gıda açısından ele alındığında,

Akyol ve Kılınç, (2014), “İnternet ve Helal Turizm Pazarlaması” başlıklı çalışmada, helal turizm, helal ulaşım, helal tur paketleri ve helal finans (kısaca helal turizm) hizmeti sunan web siteleri ve onların ayırt edici özellikleri ile ilgili analizler yapmıştır.

Battour ve İsmail, (2015) “Helal Turizm, Kavramlar, Uygulamalar, Sorunlar ve Gelecek konulu çalışmada, Helal turizm endüstrisini oluşturan bileşenler ile birlikte helal turizm kavramını incelemiştir. Helal turizmin geliştirme, pazarlama, fırsatlar ve zorluklar tartışılmıştır.

Gohary, (2015), “Helal Turizm Gerçekten Helal Mi?” başlıklı çalışmada, helal turizm kavramını, köklerini ve ilkelerini incelemektedir. Helal turizm sadece İslami şeriat kurallarına uyan aileler için midir? Bu turizm çeşidinin adı İslami turizm mi Helal turizm mi olmalıdır? Helal turizm sadece İslam ülkeleri için mi yoksa diğer ülkeler için de önemli midir? sorularına yanıt aramıştır.

İİT’nin İslam Dünyası Turizm Başkenti politikası yeni bir oluşum olmasından dolayı bu konu ile ilgili yapılan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmüştür. Geriye dönük son beş yılda yapılan çalışmalar incelendiğinde İslam Dünyası’nı turizmle ilişkilendiren çalışma sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. İslam Dünyası Turizm Başkenti seçilmenin, seçilen ülkelerin ve illerin turizmne ne derecede katkı sağladığı, kazandırdıkları ve/veya kaybettirdikleri ile ilgili çalışmalara da rastlanmamıştır. Bu sebeple yapılacak olan çalışmanın, ilgili literatürde oluşan boşluğunu kısmen doldurulması, Konya’nın İslam turizm başkenti olarak seçilmesinin kamuoyunda ve Konya’nın turizm merkezlerinde etkisinin neler olduğunu ve Konya’ya kazanımlarını tespit edilmesini amaçlamaktadır. Bununla birlikte yapılan yatırımların ve faaliyetlerin etki derecesinin ne olduğunu ölçmek için ve daha sonra yapılacak çalışmalara bir temel oluşturacağı düşünülmektedir.

2. İslam İşbirliği Teşkilatı ve Amaçları

İslam İşbirliği Teşkilatı’nın (İİT) temelleri, 1969 yılı Eylül ayında 24 ülkenin katılımıyla Rabat’ta düzenlenen Birinci İslam Zirvesi ile atılmıştır. Zirveyi takiben, 1970 yılı Mart ayında, İslam Ülkeleri Dışişleri Bakanları Cidde’de toplanmış ve İslam Konferansı Örgütü (İKT) Genel Sekreterliğini kurmuşlardır. İİT’nin Ana Sözleşmesi ise 1971 yılında hazırlanmış ve 1972 yılında toplanan Dışişleri Bakanları Üçüncü Konferansı tarafından onaylanmıştır. Esasen İslam dünyasını yakından ilgilendiren siyasi konularda ortak bir duruş sergileme amacıyla kurulmuş olan İİT, üye ülkeler arasındaki işbirliğinin artırılması için ticaret, hukuk, bilim ve teknoloji, kültürel ve sosyal konular, yönetim-finans ve iletişim gibi alanlarda da faaliyet göstermektedir. İİT’nin üye sayısı 2016 yılı itibarıyla 57 olup, Asya ve Afrika kıtaları ile Ortadoğu bölgesindeki Müslüman nüfusa sahip ülkelerin büyük bölümü Teşkilata üyedir. Ayrıca, Avrupa kıtasından Arnavutluk ve Amerika kıtasından Surinam da İİT üyesidir. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Bosna Hersek, Tayland Krallığı, Orta Afrika Cumhuriyeti ve Rusya Federasyonu’nun gözlemci üye olduğu İİT üyelerinin tam listesi aşağıda sunulmaktadır (Ekonomi Bakanlığı, 2014).

Tablo:1 İslam İşbirliği Teşkilatına Üye Ülkeler

Afganistan İslam Devleti	Libya
Arnavutluk Cumhuriyeti	Lübnan Cumhuriyeti
Azerbaycan Cumhuriyeti	Maldivler Cumhuriyeti
Bahreyn Devleti	Malezya
Bangladeş Halk Cumhuriyeti	Mali Cumhuriyeti
Benin Halk Cumhuriyeti	Mısır Arap Cumhuriyeti
Birleşik Arap Emirlikleri	Moritanya İslam Cumhuriyeti
Brunei Darusselam Sultanlığı	Mozambik
Burkina Faso	Nijer Cumhuriyeti
Cezayir Demokratik Halk Cumhuriyeti	Nijerya Federal Cumhuriyeti
Cibuti Cumhuriyeti	Oman Sultanlığı
Çad Cumhuriyeti	Özbekistan Cumhuriyeti

Endonezya Cumhuriyeti	Pakistan İslam Cumhuriyeti
Fas Krallığı	Senegal Cumhuriyeti
Fildişi Sahilleri Cumhuriyeti	Sierra Leone Cumhuriyeti
Filistin Devleti	Somali Demokratik Cumhuriyeti
Gabon Cumhuriyeti	Sudan Demokratik Cumhuriyeti
Gambiya Cumhuriyeti	Surinam Cumhuriyeti
Gine Cumhuriyeti	Suriye Arap Cumhuriyeti (2016 yılı itibarıyla Üyeliği askıdadır)
Gine Bissau Cumhuriyeti	Suudi Arabistan Krallığı
Guyana Cumhuriyeti	Tacikistan Cumhuriyeti
Irak Cumhuriyeti	Togo Cumhuriyeti
İran İslam Cumhuriyeti	Tunus Cumhuriyeti
Kamerun Cumhuriyeti	Türkiye Cumhuriyeti
Katar Devleti	Türkmenistan Cumhuriyeti
Kazakistan Cumhuriyeti	Uganda Cumhuriyeti
Kırgızistan Cumhuriyeti	Ürdün Haşimi Krallığı
Komor Adaları Federal İslam Cumhuriyeti	Yemen Cumhuriyeti
Kuveyt Devleti	

İİT'nin temel karar alma organları aşağıdaki gibidir (Ekonomi Bakanlığı, 2014)

- **İslam Zirvesi**

İİT üyesi ülkelerin devlet ve hükümet başkanları ile krallarından oluşan ve üç yılda bir toplanan Zirve, İİT'nin en üst karar alma merciidir. Bugüne kadar düzenlenen toplam 13 Zirve toplantısının sonuncusu, 14 Nisan 2016 tarihinde Türkiye'nin ev sahipliğinde İstanbul'da düzenlenmiştir.

- **İslam Dışişleri Bakanları Konseyi**

Yılda bir kez toplanan Konsey toplantılarında, İİT'nin işleyişine ilişkin konularda kararlar alınmakta; İİT faaliyetlerinin değerlendirilmesi yapılmaktadır.

- **Genel Sekreterlik**

Genel Sekreterlik Cidde'dedir. Genel Sekreterlik görevini 1 Ocak 2014 tarihinden itibaren İyad Ameen Madani (Suudi Arabistan) yürütmektedir.

Söz konusu temel karar alma organlarına ek olarak aşağıda listesi sunulan organları aracılığıyla İİT faaliyetlerini sürdürmektedir:

- Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi (İSEDAK),
- Bilimsel ve Teknolojik İşbirliği Daimi Komitesi (BİLTEDAK)
- Enformasyon ve Kültürel İşler Daimi Komitesi (ENKİDAK)
- Daimi Mali Komite
- Kudüs Komitesi
- Bağlı Kuruluşlar, İhtisas Kuruluşları, ilgili Kuruluşlar, İslam Üniversiteleri

İİT'nin temel amacı, İslam dini esas alınarak Müslüman devletlerin ve toplumların tek çatı altında toplamayı, İslam dünyasını ve ümmetinin ortak sorunlarına çözüm bulmayı ve İslam medeniyetini yeniden inşa etme projesinin hayata geçirilmesi olarak nitelendirilmektedir. Bu amaç, kısaca, İslam dünyasında birlik ve beraberliği oluşturma ve Müslüman toplumların sorunlarına çözüm bulmak şeklinde özetlenebilir. Kendisini üye ülkeler arasında siyasi, ekonomik, kültürel dayanışma ve işbirliği sağlamayı amaçlayan bir örgüt olarak tanımlayan İİT, kuruluşundaki siyasi nedenleri gerçekleştirilmediği de, zaman içerisinde İslam ülkeleri arasında yapısal olarak en kapsayıcı ekonomik ve ticari işbirliği örgütlenmesine sahip bir bünyeye dönüşür. Örgüte üye ülkelerin dört kıtaya yayıldığını göz önüne alırsak İİT'nin bölgesel bir teşkilattan ziyade küresel bir örgüt olduğunu söylenebilir. Teşkilatın çalıştığı konular çatışma çözümleri; insani yardım; kalkınma çalışmaları; ekonomik, kültürel ve ekonomik işbirliği; insan haklarını koruma projeleri ve İslamofobi ile mücadele gibi geniş bir alana yayılmaktadır (Ataman ve Gökşen, 2014).

İİT'nin temel misyonu, kuruluşundan beri görüş ayrılıklarına sebebiyet veren bir sorundur. Örgütün 1972 tarihli kararına göre her İslam ülkesi İİT'ye üye olma hakkına sahip olduğu ifade edilir; ancak "İslam ülkesi" tanımı uluslararası politikada anlamı belirsiz bir kavram olarak kalır. Bu belirsizlik örgütün referans kaynağının İslam hukuku olması gerektirip gerektirmediği ya da ülkelerin yalnızca siyasi, ekonomik ve sosyal sorunlarına değinip değinmemesi gerektiği sorularını ortaya çıkarır. Üye ülkelerin bu sorunların

üstesinden nasıl geleceklere, kendi başına ayrı bir sorundur. En azından küresel insani değerler çerçevesinde bir hukuk sistemi benimseyen ülkelerle İslam hukuku uygulayan ülkeler arasında bir boşluk oluşturmaktadır. Öte yandan, üye olmanın kolay bir prosedürü olmasına rağmen aday ülkelerden beklentiler şartta belirtilmemiştir. Örneğin, önemli üye ülkelerden birisi olan Suudi Arabistan bir İslam krallığına sahipken Türkiye'nin seküler bir devlet olması bu farkı ortaya koyan durumlardan birisidir.

3. İslam İşbirliği Teşkilatı'nın Kurumsal Yapısı

2008 yılında kabul edilen yeni Örgüt Şartı'na göre, İİT'nin organları 11 ayrı başlık altında ifade edilmiştir. Bu 11 başlık hem temel organların isimlerini ve hem de organ türlerini ifade etmektedir. Buna göre, İİT'nin kurumsal yapısı İslam Zirvesi, Dışişleri Bakanları Konseyi, Daimi Komiteler, İcra Komitesi, Uluslararası İslam Adalet Divanı, İnsan Hakları Bağımsız Daimi Komisyonu, Daimi Temsilciler Komitesi, Genel Sekreterlik, Yardımcı Organlar, Uzmanlık Kuruluşları ve Bağlı Kuruluşlardan oluşmaktadır (İslam İşbirliği Teşkilatı, 2016).

İİT'nin temel organları İslam Zirvesi, Dışişleri Bakanları Konseyi ve Genel Sekreterliktir. En yüksek karar alma organı olan İslam Zirvesi, krallar ve hükümet ile devlet başkanlarından oluşmaktadır. Olağanüstü toplantılar dışında üç yılda bir toplanan İslam Zirvesi, örgütün izleyeceği temel politikaların esaslarını belirler, örgütün hedeflerine ulaşmasında rehberlik eder. İslam dünyasını ilgilendiren tüm konuları ve sorunları görüşebilir; örgütün bu konulardaki tutum ve siyasetiyle ilgili kararlar alır. Her olağan toplantıda İslam Zirvesi dönemi başkanı seçilmektedir. İslam Zirve toplantıları için gerekli düzenlemeleri Dışişleri Bakanları Konseyi ve Genel Sekreterlik yapılmaktadır. Bugüne kadar 12'si olağan, 4'ü de olağanüstü olmak üzere toplam 16 İslam Zirvesi toplantısı yapılmıştır. Üye ülkelerin dışişleri bakanları veya temsilcilerinden oluşan Dışişleri Bakanları Konseyi, örgütün ikinci yüksek ve en etkin karar organıdır. Yılda bir kez olağan toplantılar yapan Bakanlar Konseyi, Genel Sekreter'in veya herhangi bir üyenin talebi üzerine olağanüstü toplantılar da yapar. Ayrıca, New York'taki BM Genel Kurul toplantısı sırasında koordinasyon toplantıları yapılır, yürütülecek politikalar belirlenir ve ortak tutumlar saptanmaktadır. Her yıl farklı bir ülkede toplanan Bakanlar Konseyi, bugüne kadar 39 olağan toplantı yapmıştır. Dışişleri Bakanları Konseyi, örgütün genel siyasetini belirleyen kararları uygulamak, Zirve ve Bakanlar Konseyi'nin önceki toplantılarında alınan kararları gözden geçirmek ve denetlenmesini sağlamak, örgütün bütçesini kabul etmek, Genel Sekreter ve yardımcılarını atamak, yeni organ veya komitenin kurulmasını önermek gibi temel görevleri yerine getirmektedir (Ataman ve Gökşen, 2014).

4. İslam İşbirliği Teşkilatının Uluslararası Siyaset ve Ekonomideki Etkisi

İİT, öncelikli olarak Müslüman ülkelerin birbirleriyle olan sorunlarını çözmeyi misyon edinse de, 11 Eylül saldırıları sonrasında adını ve misyonunu değiştirerek girdiği yeni dönemde üye ülkeler arasındaki çatışmalarda önemli arabuluculuk faaliyetlerinde de bulunmaya başlamıştır. Böylece çatışma çözümünde önleyici diplomasi ve arabuluculuk tekniklerinin kullanılmaya çalışır. Örgütün siyasi faaliyetleri çeşitli coğrafyalarda farklılık göstermektedir. Bu bağlamda İİT'nin son dönemdeki en önemli icraatlarından biri, Ekim 2006'da Iraklı Sünni ve Şii liderleri bir araya getirerek ülkedeki mezhepler arasında uzlaşmaya ilişkin Mekke Deklarasyonu'nu imzalatması ve bu sayede mezhep ayrımcılığına bağlı şiddetin büyük ölçüde durdurmuş olmasıdır. Ayrıca, görüşmelerin devamına yardım etme ve Iraklı yetkililerle işbirliğini devam ettirme amacına yönelik olarak, Bağdat'ta bir İİT Temsilciliği açılmış ve örgüt yapılan genel seçimlerde seçim gözlemcisi olarak rol almaktadır. Örgütün arabuluculuk faaliyetleri açısından Tayland örneği de çok önemlidir. Arabuluculuk çalışmalarını ilk kez İslam dünyası sınırlarından çıkaran örgüt, Tayland'daki Müslüman azınlıklar konusunda bir çalışma yapmaktadır. Bu çerçevede, Genel Sekreter İhsanoğlu, örgütün kırk yıllık tarihinde bir ilki gerçekleştirerek 2007 yılında Tayland'a resmi ziyarette bulunur. Ziyaret sırasında, Taylandlı yetkililerle ülkenin güney bölgelerinde yoğun olarak yaşayan Müslüman azınlığın durumu ve karşılaştıkları sorunların çözümü konularını gündeme getirir. Ziyaret sonucu Tayland hükümeti ile İİT arasında Tayland'daki Müslüman azınlığın hassasiyetlerini ve sorunlarının çözüm yöntemlerine işaret eden ortak bir bildiri imzalanır. Tayland örneğiyle birlikte, Müslüman azınlıklar konusu İİT'nin gündeminde sıklıkla yer almaya başlar. Müslüman azınlıkların buldukları ülkelerde barışın tesis edilmesine yönelik gerekli tedbirlerin alınması için diplomatik ve kültürel çalışmalar yürütülür. Üyelerin yanı sıra üye olmayan diğer ülkelerde yaşayan Müslüman toplum ve azınlıkların durumu, örgütün öncelikli gündem maddeleri arasında yer alır; özellikle son 5-6 yıldır bu yönde yapılan çalışmalara hız verilir ve kapsamı genişletilir (Ataman ve Gökşen, 2014)

4.1. İslam İşbirliği Teşkilatı ve Ekonomi

İİT 8. Dışişleri Bakanları Toplantısı çerçevesinde 1977 yılının Mayıs ayında Trablus'ta İslam İşbirliği Teşkilatı'na bağlı bir kuruluş olarak kurulmasına karar verilen İslam Ülkeleri İstatistik, Ekonomik ve Sosyal Araştırma ve Eğitim Merkezi (SESRIC), 1 Haziran 1978 tarihinde Ankara'da faaliyetlerine başlamıştır.

SESRIC'in sorumluluk alanına giren başlıca üç konu:

- Üye ülkelerle ilgili sosyo-ekonomik istatistiklerin yine üye ülkelerin kullanımı için toplanması, derlenmesi, düzenlenmesi ve yayınlanması,
- Üye ülkeler arasındaki işbirliklerinin geliştirmesine yardımcı olmak amacıyla üye ülkelerdeki sosyal ve ekonomik gelişmelerin araştırılıp, değerlendirilmesi ve raporlanması,
- Üye ülkelerin ihtiyaçları ve İslam İşbirliği Teşkilatı'nın genel amaçları doğrultusunda seçili alanlarda eğitim programları organize edilmesi.

Bu sorumluluk alanlarının aynı sıra, SESRIC, İİT ve Birleşmiş Milletler (BM) kuruluşları arasında teknik işbirliği aktivite ve projeleri ile ilgili koordinasyon sağlamaktadır. Ayrıca İslam İşbirliği Teşkilatı'nın ana araştırma kolu olan SESRIC, İİT bünyesinde düzenlenen çok sayıda ekonomik, sosyal ve teknik işbirliği toplantı ve konferansları için temel sosyo-ekonomik raporların yanı sıra, alt yapı dokümanları hazırlama görevini de yürütmektedir. SESRIC, kuruluşunun 38. yılında ve uzmanlık alanına giren konular çerçevesinde, İslam İşbirliği Teşkilatı'nın kuruluş amaçlarına ulaşılması noktasındaki ortak çalışmalarını yürütürken, yoğun tecrübesi ve bilgi birikimini İİT üye ülkelerinin hizmetine sunarak, ülkelerdeki gelişim ve değişimin hızlandırılması sürecine katkıda bulunmaktadır. SESRIC, Ekonomik ve Sosyal Araştırma, Eğitim ve Teknik İşbirliği, İstatistik ve Enformasyon, Yayın ve Bilgi İşlem ve İdari ve Mali İşler olmak üzere 5 departmandan oluşmaktadır (Sesrtic, 2016).

4.2. İslam İşbirliği Teşkilatı Tercihli Ticaret Sistemi (TPS-OIC)

İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT) üyesi ülkeler arasında bir tercihli ticaret sistemi oluşturmak amacıyla 1991 yılında İİT Tercihli Ticaret Sistemi (TPS-OIC) Çerçeve Anlaşması imzalanmıştır. TPS-OIC Çerçeve Anlaşması 2002 yılında yürürlüğe girmiştir. Çerçeve Anlaşmaya taraf ülkeler arasında tarife indirimlerini düzenleyen Tercihli Tarife Protokolü (PRETAS) ve Menşe Kuralları Düzenlemesi ise sırasıyla Şubat 2010 ve Ağustos 2011 tarihleri itibariyle yürürlüğe girmiştir.

TPS-OIC'in fiilen işlerlik kazanması için, TPS-OIC Çerçeve Anlaşması, PRETAS ve Menşe Kuralları Düzenlemesi'nin imza ve onay işlemlerini yerine getiren aynı 10 ülkenin, taviz listelerini Sekreteryası Kalkınma Bakanlığı tarafından yürütülen Ticaret Müzakereleri Komitesi'ne iletmesi gerekmektedir.

Bu çerçevede TPS-OIC'in son durumu aşağıda açıklanmaktadır.

- Çerçeve Anlaşma: Hâlihazırda 30 ülke (BAE, Bahreyn, Bangladeş, Cibuti, Endonezya, Fas, Filistin, Gabon, Gambiya, Gine, İran, Irak, Kamerun, Katar, Kuveyt, Libya, Lübnan, Maldivler, Malezya, Mısır, Pakistan, Suudi Arabistan, Senegal, Somali, Suriye, Tunus, Uganda, Umman, Ürdün ve Türkiye) imza ve onay işlemlerini yerine getirmiştir. Anlaşma 2002 itibariyle yürürlükte.

- Tarife İndirim Protokolü (PRETAS): Hâlihazırda 17 ülke (BAE, Bahreyn, Bangladeş, Fas, Filistin, Gambiya, İran, Katar, Kuveyt, Malezya, Pakistan, Somali, Suudi Arabistan, Suriye, Umman, Ürdün, Filistin ve Türkiye) imza ve onay işlemlerini yerine getirmiştir. Anlaşma 2008 itibariyle yürürlükte.

- Menşe Kuralları Düzenlemesi: Hâlihazırda 17 ülke (Bangladeş, Bahreyn, BAE, Filistin, Gambiya, İran, Pakistan, Fas, Katar, Kuveyt, Malezya, Suudi Arabistan, Somali, Suriye, Umman, Ürdün ve Türkiye) imza ve onay işlemlerini yerine getirmiştir. Anlaşma 9 Ağustos 2011 tarihi itibariyle yürürlükte.

- Taviz listesini ileten 13 ülke: BAE, Bahreyn, Bangladeş, Fas, Katar, Kuveyt, Malezya, Pakistan, Suriye, Suudi Arabistan, Umman, Ürdün ve Türkiye'dir.

- Tüm yükümlülüklerini yerine getiren 13 ülke: BAE, Bahreyn, Bangladeş, Fas, Katar, Kuveyt, Malezya, Pakistan, Suriye, Suudi Arabistan, Umman, Ürdün ve Türkiye'dir.

İslam İşbirliği Teşkilatı Üyeleri Arasında Tercihli Ticaret Sistemi (TPS-OIC) 9 Ağustos 2011 tarihi itibariyle hukuken yürürlüğe girmiştir.

Anlaşmanın fiilen işletilmesi için gerekli şart olan, sisteme dâhil üç anlaşmayı imzalayan ve taviz listelerini ileten 10 ülke sayısına Kasım 2014'de Kuveyt'in PRETAS ve Menşe Kuralları Anlaşmalarını onaylamasıyla ulaşılmıştır. Hâlihazırda taviz listelerinin günümüz HS kodlarıyla uyumlu olacak şekilde güncellenmesi gerekmektedir. Ülkemiz, Ürdün ve Pakistan bahse konu güncel listelerini Sekreteryaya 'ya iletmişlerdir. Bununla beraber, İSEDAK Sekreteryasından edinilen bilgiler, Ürdün ve Pakistan listelerinin tekrar gözden geçirilmesine ihtiyaç duyulduğu yönündedir. Diğer ülkeler tarafından ise henüz bir güncelleme yapılmamıştır. Anlaşmanın, 10-15 Nisan 2016 tarihlerinde Türkiye'nin ev sahipliğinde İstanbul'da düzenlenecek olan 13. İslam Zirvesi öncesinde uygulamaya konulabilmesi için çalışmalar devam etmektedir.

5. Helal Turizm

Dünya üzerinde var olan her dinin belirli kuralları ve kısıtları olmaktadır ve inanan insanlar ve topluluklar yaşam tarzlarını bu kural ve kısıtlara göre düzenlemektedirler. Turizm hareketinin artması ve tüketici talebi doğrultusunda yeni arzlar sunulması ile birlikte tüketiciler, kendi yaşam tarzları ve zevklerine uygun tatil yapma fırsatını bulmuşlardır. Bu kapsamda helal turizm talebi, İslami kurallara uygun bir şekilde arzlar sunan ve özellikle gıda konusunda helal sertifikalı ürünlerin kullanıldığı bir turizm çeşidi

haline gelmiştir. Helal turizmde amaç, Müslüman turistlerin inançları ve dini kurallarını bir bütün halinde talep eden tüketiciye sunmaktır.

Helal Turizm, Müslüman ailelere ve İslami kurallara riayet eden turistlere yönelik turizm ve tatil paketleridir. Müslüman turistlerin seyahat gereksinimleri Müslüman olmayan turistlerden farklıdır. Seyahat ettikleri ülkelerde de helal gıdanın yanı sıra alkolsüz ortamlara ihtiyaç duymaktadır. Gerçekleştirilen araştırmaya göre küresel Müslüman turizm piyasasında 2011 yılında diğer ülkelerde yapılan harcama tutarının 126.1 milyar \$ olduğu tahmin edilmektedir. Hac ve Umre temel dini seyahat giderleri hariç ancak dinence, iş ve diğer turizm segmentleri bu kapsama dâhil edilmiştir (Helal Turizm Konferansı, Anonim, 2016)

Helal Turizmin ilk Konferansı 22 - 23 Eylül 2014 tarihinde İspanya'nın Granada şehrinde gerçekleştirilmiştir. Organizasyon yaklaşık 350 katılımcıyı bir araya getirerek, sektör liderlerinin her türlü bilgi ve tecrübelerinden faydalanmasını sağlamıştır. Organizasyon sonrası Endülüs Bölgesi'nin İslami mirasının ziyaret edilip, bölge turizminin Helal Turizm açısından değerlendirilmesi sağlanmıştır. Konferans ile eş zamanlı gerçekleştirilen fuar organizasyonuna da toplantı aralarında ve diğer uygun zamanlarda tüm delegelerin ziyareti sağlandı. Bu anlamda Helal Turizm Konferansı organizasyonu firmalara veya ülkelerin turizm ofislerine ürünlerini veya bölgelerini tanıtmaya fırsatı sunmuştur (Helal Turizm Konferansı, Anonim, 2016).

Helal turizm ile ilgili piyasa verilerine bakıldığında; (Helal Turizm Konferansı, Anonim, 2016)

- 2011 yılında Müslüman turistlerin diğer ülkelere yapmış oldukları harcama tutarı 126.1 milyar Dolar olmuştur (Hac ve Umre temel dini seyahat giderleri hariç ancak dinence, iş ve diğer turizm segmentleri dâhil).

- Bu harcama, 2011 yılında (UNWTO) Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan tahmine göre 1.034 milyar Dolar olan toplam küresel yurtdışı turizm harcamasının %12.3'üne tekabül etmektedir.

- Müslüman turizm piyasası bir bütün olarak 2011 yılında dünyanın en büyük harcama yapılan turizm piyasası olan Almanya'dan daha büyüktür ve Çin piyasasının yaklaşık iki katı kadardır.

- MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) piyasaları 2011 yılında yurt dışında harcama yapan toplam küresel Müslüman turistlerin %60'ını teşkil etmekteydi.

- 2011 yılında yurt dışında en fazla harcama yapan Müslüman turizmi ülkesi Suudi Arabistan olmuştur, bu ülkeyi İran, BAE, Endonezya ve Kuveyt takip etmiştir.

- Müslüman olmayan ülkelere yaşayan Müslüman toplulukları da yurt dışında yapılan turizm harcamalarında önemli bir paya sahiptir. Bu piyasaların en büyükleri Almanya, Rusya, Fransa ve Birleşik Krallık piyasalarıdır.

- Hali hazırda Müslüman turistler için en popüler destinasyonlar Malezya, Türkiye ve BAE'dir. Bu ülkeleri Singapur, Rusya, Çin, Fransa, Tayland ve İtalya takip etmektedir.

- Müslümanlara "Genel olarak, aşağıdakilerden hangisi boş zamanlarınızda seyahat ettiğinizde sizin için önemlidir" sorusuna verilen cevaplar şöyle olmuştur: "helal gıda" (%67), "toplam fiyat" (%53) ve "Müslüman dostu deneyim"(%49) cevapları alınmıştır.

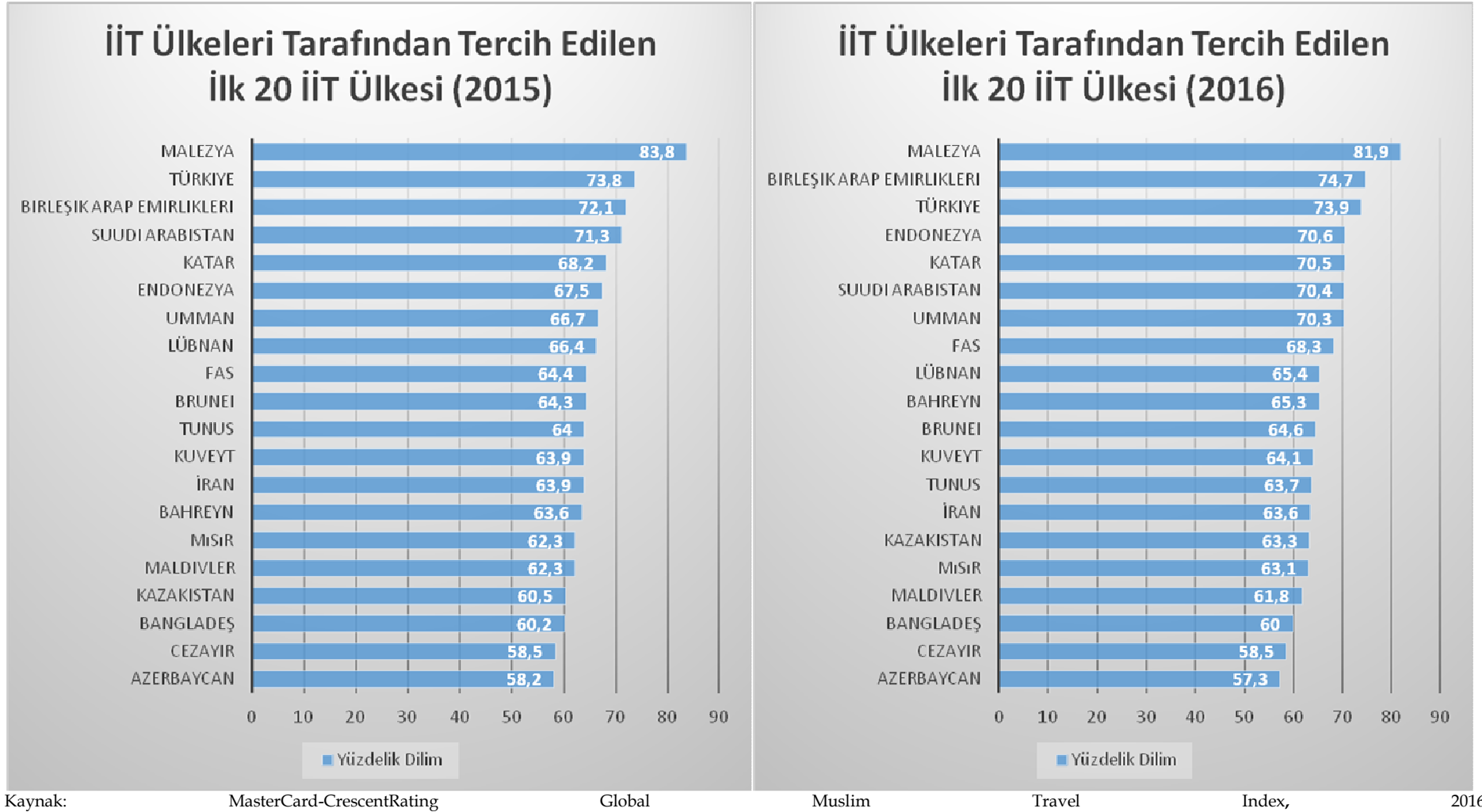
MasterCard'ın 2016 yılında yayınlamış olduğu "Müslümanların Küresel Seyahat Endeksi (MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index, 2016) raporuna göre, Dünya turizm hareketlerinin %10'luk kısmını (117 Milyon kişi) Müslüman seyahat piyasası oluşturmaktadır. 2020 yılında öngörülen durum ise toplam turizm hareketlerinin %11'lik kısmı ve 168 Milyon turist olacağı tahmin edilmektedir. Bu hareketten sağlanacak olan kaynak ise 200 Milyon Dolar olarak ön görülmektedir.

Müslümanların Küresel Seyahat Endeksi verileri toplanırken üç bölümden ve dokuz kriterden oluşan veriler göz önüne alınmıştır. Bunlar,

- Destinasyonun aile için uygunluğu ve güvenliği (%40)
 - Müslüman turist gelişleri
 - Aile dostu tatil destinasyonu
 - Güvenli seyahat alanı
- Destinasyonlarda Müslümanlar için uygun hizmet ve tesislerin bulunması (%40)
 - Yemek çeşitliliği ve Helal gıda güvencesi
 - İbadet yerlerine erişim kolaylığı
 - Havaalanı hizmeti ve tesisler
 - Konaklama seçeneklerinin bulunması
- Destinasyonlarda Müslümanlar için helal durumlara uyulması (%20)
 - Müslüman seyahat pazarı bilinci ve ulaşılabilirliği
 - İletişimin kolaylaştırılması

Bu veriler ışığında yapılan istatistiklerde ve hesaplamalarda Müslüman turistlerin seçtiği destinasyonların sıralaması ise şu şekilde olmuştur.

Grafik:1 İİT Ülkeleri Tarafından Tercih Edilen İlk 20 İİT Ülkesi ve 2015-2016 Karşılaştırması



Helal turizm konferansının ikincisi 3-5 Mayıs 2016 tarihinde İİT tarafından 2016 yılı İslam Dünyası Turizm Başkenti olarak seçilen Konya'da yapılmıştır. Konferans kapsamında, İİT turizm başkenti seçilen Konya'nın tanıtımı yapılmıştır ve Müslüman turistlerin Türkiye'ye seyahatlerini artırmak amaçlı bir dizi eylem planı sunulmuştur. Bu konferansın amacı, Helal Turizm piyasasındaki Turizm uzmanları, potansiyel müşteriler ve karar vericiler ile bir araya getirmek, ilişki kurmak ve iletişime geçmek isteyen şirketler için fırsat oluşturmaktır. Konferans aynı zamanda etkinliğe katılma, etkinlikte tanıtım gerçekleştirme veya markalaşma ile ürün ve hizmetlerini pazarlamak isteyen şirketler için de bir fırsat niteliğindedir.

6. İİT'nin İslam Dünyası Turizm Başkenti Uygulaması ve Konya

Hemen her alanda yapılan işbirliği doğrultusunda, İİT'nin, üye ülkeler arasında turizmi canlandırma isteği ve Müslüman turistlerin seyahatleri esnasında en büyük sıkıntılarında birisi olan helal gıda sorununa da çözüm bulunması amacıyla, İİT ülkeleri arasında turizmi özendirme için, 2-3 Haziran 2014 yılında Endonezya'nın başkenti Cakarta'da bir araya gelen İİT turizm bakanları, İslam ülkeleri arasında turizmi canlandırma kararı almışlardır. Oluşan bu düşüncenin faaliyete dönüştürülmesi amacıyla, 27 Kasım 2014 yılında İstanbul'da düzenlenen İİT Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi Genel Kurulunda (COMCEC) İyad Ameen Madani, El Kudüs ve Konya şehirlerinin 2015 ve 2016 yılları için sırasıyla İslam Turizm Başkenti olarak ilan edildiğini açıklamıştır. İlk olarak, 2016-2025 yılları arasında planlanan sürecin, İslam ülkeleri arasında kültür ve ekonomi başta olmak üzere birçok konuda etkileşim gerçekleştirilmesi ön görülmektedir (İslam İşbirliği Teşkilatı, 2016).

Bu kapsamda 2015 yılı için İslam Dünyası Turizm başkenti seçilen Kudüs ile ilgili literatür taraması, veri tabanı araştırması yapılmıştır, fakat herhangi bir akademik çalışma ve etkinlik takvimine rastlanılmamıştır.

Konya Büyükşehir Belediyesi 2016 yılı boyunca turizm başkenti olan Konya için bir dizi etkinlik programı hazırlamıştır. Bu etkinlik takvimi aşağıdaki gibidir

Tablo:2 Konya Büyükşehir Belediyesinin Düzenlediği / Düzenleyeceği Etkinlikler (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2016)

Faaliyet Türü	Alanı	Adı	Tarihi
Bilim, Kültür ve Sanat Faaliyetleri	Yarışmalar / Ödüller	Konya Ekonomi Ödülleri	24 Şubat 2016
	Toplantılar	Türkiye-İran Yüksek İstişare Toplantısı	9 Nisan 2016
	Konserler/Dinletiler	Kutlu Doğum Türk Tasavvuf Musikisi Öğrenci Konseri	12 Nisan 2016
	Etkinlikler	Müzeler Günü Etkinlikleri	18 Mayıs 2016
	Konferanslar/Sohbetler	Helal Turizm Konferansı	03-06 Mayıs 2016
	Törenler	Teşrif-i Konya (Hz. Mevlana'nın Konya'ya Teşrifi Töreni)	03-07 Mayıs 2016
	Konferanslar/Sohbetler	Gelenek ve Modernite Arasında İslami Yorumlar	06-07 Mayıs 2016
	Sempozyumlar	Selçuklular ve Haçlılar Sempozyumu	08-10 Nisan 2016
	Sempozyumlar	Uluslararası Türk Kültürü Sanatı ve Folkloru Kongresi	12-14 Mayıs 2016
	Festivaller	Konya Bilim Şenliği	13-15 Mayıs 2016
	Etkinlikler	Kutlu Doğum Haftası Etkinlikleri	14-20 Nisan 2016
	Etkinlikler	Turizm Haftası Etkinlikleri	15-22 Nisan 2016
	Festivaller	9. Bin Nefes Bir Ses Türkçe Tiyatro Yapan Ülkeler Festivali	20-30 Nisan 2016
	Çalıştaylar	Türkiye Belediyeleri Turizm Çalıştayı	24-26 Mart 2016
	Sergiler	Gelenekli El Sanatları Sergisi (KOMEK Altın Dokunuşlar)	24-31 Mayıs 2016
	Festivaller	Konya Çocuk Filmleri Festivali ve Çocuk Şenliği	27-29 Mayıs 2016
	Kongreler	Uluslararası Sosyal Bilimler Öğrenci Şenliği	27-29 Mayıs 2016
	Sempozyumlar	Uluslararası Müslümanlar ve Sosyal Bilimler Sempozyumu	5-7 Mayıs 2016
	Toplantılar	Türkiye Tarihi Kentler Birliği Toplantısı	6-8 Mayıs 2016
	Ziyaretler	Michigan Üniv. İslam Âlimi Dr. Umar Farooq Abdullah	Mart 2016
Yarışmalar/Ödüller	Bir Hadis Bir Film Yarışması	Temmuz 2016	
Sportif Etkinlikler		II. Konya Uluslararası Üniversite Öğrencileri Futbol Turnuvası	01-19 Mayıs
		6.Rumi Çocuk Oyunları	20-23 Nisan

		Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Maratonu	24 Nisan-1 Mayıs
		Karaman'dan Konya'ya Uluslararası Sevgi ve Barış Yürüyüşü	29 Nisan-3 Mayıs
Tanıtım Faaliyetleri	Dijital Tanıtım	Logo Tasarımı ve Slogan Tespiti	5 Ocak 2016
	Dijital Tanıtım	Konya Dijital Turizm Tanıtım Sistemi	28 Ocak 2016
	Dijital Tanıtım	Turizm Başkenti Konya Tanıtım Filmi	23 Şubat 2016
	Toplantılar/Davetler	Basın Toplantısı	4 Mart 2016
	Basılı Tanıtım	Tematik Turizm Haritaları	15 Mart 2016
	Eğitim Çalışmaları	Esnafa Yönelik "Turizmin Önemi ve Turist Müşterilere Nasıl Davranmalıyız?" Eğitim Çalışmaları	15 Mart 2016
	Toplantılar/Davetler	2016 Turizm Tanıtım Programı, Kutlu Doğum Haftası Açılışı, Başbakanımızın Katılımıyla	22 Nisan 2016
	Eğitim Çalışmaları	Evladı Fatihan Bölgesi Tarih Öğretmenlerinin Eğitim Projesi	25-30 Nisan 2016
	Tanıtım Merkezleri, Turları ve Ofisleri	Turizm Ofisi Sayısının Artırılması	Mart 2016
	Tanıtım Merkezleri, Turları ve Ofisleri	Şehir Turu Araç Sayısının Artırılması	Mart 2016
	Tanıtım Materyalleri ve Prestij Yayınları	Koyunoğlu Müzesinde Bulunan 6000 El Yazması Eserin Dijital Ortamda Yayını	Nisan 2016
	Dijital Tanıtım	Konya Turizm, Tanıtım ve Eğitim Vakfı (KOTEV)'nin Kurulması	Ocak 2016
		Yıl Boyunca Yurtiçi (İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya Vb.) Ve Yurtdışında Önemli Merkezlerde Konya Tanıtım Faaliyetleri	Mart 2016
	Yurtdışı Fuarları Katılımı	Bakü Uluslararası Turizm Ve Seyahat Fuarı	07-09 Nisan
	Yurtdışı Fuarları Katılımı	ITB Berlin Turizm Fuarı	09-13 Mart 2016
	Yurtdışı Fuarları Katılımı	Kuala Lumpur Matta Turizm Fuarı	11-13 Mart 2016
	Eğitim Çalışmaları	Konya Tarihi Dersleri	12 Mart - 15 Haziran
	Yurtdışı Fuarları Katılımı	Riyad Turizm Fuarı	12-16 Nisan
	Basılı Tanıtım	Turizm Broşürleri	15 Mart 2016
	Hediyelik Tasarımı ve Üretimi	Hediyelik, Plaket, Berat Tasarımı ve Yapımı	15 Mart 2016
Toplantılar/Davetler	Konya Turizm Paydaşları Toplantısı	19-20 Ocak 2016	
Yurtdışı Fuarları Katılımı	Pekin Uluslararası Turizm Fuarı	20-22 Mayıs	
Yurtdışı Fuarları Katılımı	Riyad 15. Ticaret Fuarı	22-26 Mayıs 2016	
Yurtdışı Tanıtım Faaliyetleri	İran-Tahran, Tebriz-Konya Tanıtım Günleri	23-26 Mayıs 2016	
Yurtdışı Fuarları Katılımı	Dubai Arabian Travel Market	24-28 Nisan 2016	
Yurtdışı Tanıtım Faaliyetleri	Azerbaycan-Bakü-Konya Tanıtım Günleri	7-11 Nisan 2016	
Yurtdışı Tanıtım Faaliyetleri	Almanya-Berlin, Hannover-Konya Tanıtım Günleri	9-13 Nisan 2016	
Yeni Yapılar	Yıl İçerisinde Başlanması, Geliştirilmesi veya Tamamlanması Öngörülen Projeler	Turizm Haftası Resepsiyonu / Türk Yıldızları Parkı Açılışı/ Türk Yıldızları Gösterisi	16 Nisan 2016

Projenin vizyonu şu şekilde belirlenmiştir (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2016)

- Konya'nın Yurt İçi ve Yurt Dışı Tanıtımını Yapmak
- Turizm Altyapısını Geliştirmek
- Turizm Alanında Konya ile İlgili Farkındalık Oluşturmak
- İslam Dünyası Turizm Başkenti Olarak ilk Örnek Olması Sebebiyle Kalıcı Bir Format Ortaya Koyabilmek

Tablo 2 'de görüldüğü üzere, Konya'da birçok etkinlik düzenlenmiştir. Bu etkinlikler kentte turizm bilincini geliştirmek açısından oldukça önemlidir. Aynı zamanda Konya'nın kültür ve turizm varlıklarının hem yurtiçi hem de yurtdışında tanıtımının yapılması açısından da önemlidir. İİT'ye üye birçok ülkede tanıtımının yapılması Konya'yı inanç ve kültür turizmi olarak bilinen ve duyulan bir destinasyon haline getirmesi beklenmektedir. Geçmiş yıllarda planlanmış olan yapılar ve etkinlikler de, Konya'nın turizm başkenti olarak ilan edilmesinin ardından, yurtiçi ve yurtdışında ilgi ile takip edilmiştir.

Konya Büyükşehir Belediyesi'nin resmi internet sitesinde Konya'nın İslam Dünyası Turizm Başkenti olmasıyla ilgili özel bir sayfa hazırlanmıştır ve etkinlik ile ilgili çeşitli dillerde paylaşımlar yapılmıştır. Siteyi ziyaret eden kullanıcılar dört farklı dilde davet mesajı ile karşılaşmaktadırlar. Büyükşehir belediyesine ait araçlara Şekil 1'de görülen logolar yapıştırılmıştır ve kent sakinlerinin bu durumdan haberdar edilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca yıl içinde şehir merkezindeki reklam panolarında, internet sitelerine ve ulusal kanallara reklamlar verilerek de tanıtımlar yapılmıştır (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2016).

Şekil 1: İslam Dünyası Turizm Başkenti Türkçe ve İngilizce Logosu



Sonuç ve Öneriler

Turizm sektörü geliştirmekte olan ülkeler için hayat kurtarıcı rolde bir sektördür. Türkiye, İslam Dünyası Turizm Başkenti olarak Konya'nın gösterilmesinden sonra, İslam Ülkelerinin dikkatini çekmiş ve bu ülkelerde yapılan tanıtımlar ve faaliyetler sonucunda Konya'nın turist çekmesi hedeflenmiştir. İnanç turizmi alanında geliştirmekte olan bir yapıya sahip olan Türkiye turizmi bu tür projeler ile daha da yükselmektedir. Yapılan etkinliklerin birçoğunun İslam kültürü ile ilgili olması daha da dikkat çekicidir. Türkiye Cumhuriyeti 26. Başbakanı olan Sayın Ahmet Davutoğlu'nun turizm ile ilgili hemen her konuşmasında bu konulardan bahsetmesi ve Konya'da katıldığı programlarda özellikle vurgulaması Türkiye genelinde bir farkındalık oluşturulmuştur. Bu sebeple, Konya'yı sadece yabancı turistlerin değil, yerli turistlerin de ziyaret etmesi beklenmektedir. Bu kapsamda birçok kamu kuruluşu da kültür turları düzenlemektedir. Hz. Mevlana'nın çekiciliği ile birlikte, Konya'nın merkezinde bulunan birçok kültürel ve turistik varlıklar daha ön plana çıkarılmıştır. Her yıl yapılan ve Konya'nın en önemli turizm faaliyetlerinden birisi olan Şebi-Arus törenlerinin bu yıl daha çok ilgi ile takip edilmesi de beklenmektedir.

Konya kültürünün daha iyi tanıtılması ve İslam Dünyası Turizm Başkenti ilan edilmesi ile ilgili planlanan programların yapılması kent genelinde daha fazla ilgi görmesini sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca sadece kent merkezinde değil, kültür ve turistik varlıkların bulunduğu ilçe ve bölgelerde bu tür faaliyetlerin artırılması da tanıtım açısından önemlidir. Etkinliklerin büyük bir çoğunluğunun kent merkezinde yapılacak olması ve yoğun bir şekilde dini temaların işlenmesi, diğer turizm bölgelerinin (Çatalhöyük, Kilistra, Kubadabad Sarayı vb.) gölgede kalmasına neden olabilecektir. Çünkü tanıtım için hazırlanan broşür ve reklamlarda (özellikle resmi internet sitesinde) Konya'nın kültür ve turizm varlıklarından bahsedilmemektedir. Sadece kültürel varlıkların ön plana çıkarılması, kurak iklimi ile bilinen Konya'nın bilinen aksine eşsiz doğasının tanıtım yönünden açığa kavuşturulması gereken diğer bir husustur. Konya da bulunan resmi kurumların tüm resmi yazışmalarda İslam Dünyası Turizm Başkenti logosu kullanması da il genelinde tanıtımın artmasını sağlamıştır. Tanıtım materyallerinin sınırlı kalması, turizm ofisleri ve yetkili kurumların tanıtım ile ilgili bilgilendirme sıkıntısı yaşaması da Konya'nın İslam Dünyası Turizm Başkenti olma fırsatını iyi kullanamadığı izlenimi oluşmasına sebep olmaktadır.

15 Temmuz 2016 darbe girişiminden sonra Türkiye'nin bütün kurumlarında olağanüstü hal yaşanmasından dolayı, 2016 Yılı Temmuz ayı sonunda derlenmesi planlanan turizm verilerinin gecikmeye uğraması ve süresiz olarak ertelenmesi turist sayıları ve etkinliklere katılan bireylerin sayısının kesin bir biçimde alınamamasına neden olmuştur. Aynı zamanda Türkiye'nin turizm açısından 2016 yılını çok parlak geçirmede de yadsınamaz bir gerçektir. Konya, Türkiye'den ayrı olarak tek başına bir turizm destinasyonu olarak kabul edilemeyeceği için Türkiye'ye gelen turist sayısına bakılarak, Konya'nın da turist sayısı açısından eski günlerini aradığını görmekteyiz. Planlanan birçok tanıtım programı ve etkinlikler Türkiye'nin mevcut durumu düşünülerek iptal edilmiş veya süresiz ertelenmiştir. Konya'nın almış olduğu İslam Dünyası Turizm Başkenti payesi

2016 yılından sonra da kullanılmaya devam edecektir ve bu paye artık Konya'nın bir tanıtım sloganı haline gelmiştir.

KAYNAKÇA

- AKYOL, Mevlüt ve KILINÇ, Özgür (2014). "Internet And Halal Tourism Marketing", *International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic* Volume 9/8 Summer 2014, P. 171-186, Ankara-Turkey
- ATAMAN, Muhittin ve GÖKŞEN, A.Nur (2014). "Sembolizm ve Aktivizm Arasında İslam İşbirliği Teşkilatı", *Seta | Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı Dergisi*, Sayı:74
- BATTOUR, Mohamed; ISMAIL, M.Nazari; BATTOR, Moustafa; AWAIŞ Muhammad (2015). "Islamic Tourism: An Empirical Examination Of Travel Motivation And Satisfaction In Malaysia", *Current Issues In Tourism*
- BATTOUR, Mohamed; ISMAIL, M. Nazari ve BATTOR, Moustafa, (2011). " Impact Of Destination Attributes of Muslim Tourist's Choice", *International Journal Of Tourism Research Int. J. Tourism Res.* 13, 527-540 (2011)
- BATTOUR Mohamed ve ISMAIL M.Nazari (2015). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges And Future, *Tourism Management Perspectives Journal*
- BHUIYAN, A.Hossain; SIWAR, Chanhuri; ISMAIL, M. Shaharuddin ve ISLAM, Rabiul (2011). "Potentials Of Islamic Tourism: A Case Study Of Malaysia On East Coast Economic Region", *Australian Journal Of Basic And Applied Sciences*, 5(6): 1333-1340, 2011
- CALDERWOOD, Eric (2015). "The Invention Of Al-Andalus: Discovering The Past And Creating The Present In Granada's Islamic Tourism Site", *The Journal Of North African Studies*, 2014 Vol. 19, No. 1, 27-55,
- CARBONI, Michele; PERELLI, Carlo ve SISTU, Giovanni (2014). "Is Islamic Tourism A Viable Option For Tunisian Tourism? Insights From Djerba", *Tourism Management Perspectives Journal*
- ÇOKGEZEN, Murat ve KURAN, Timur (2015). "Between Consumer Demand And Islamic Law: The Evolution Of Islamic Credit Cards In Turkey", *Journal Of Comparative Economics*
- DİNÇER, Füsün İ.; DİNÇER M. Zeki; ve YILMAZ Selman (2015). "The Economic Contribution Of Turkish Tourism Entrepreneurship On The Development Of Tourism Movements In Islamic Countries", *Procedia - Social And Behavioral Sciences* 195 (2015) 413 - 422
- EİD, Riyad; ve GOHARY, Hatem-El (2015). "The Role Of Islamic Religiosity On The Relationship Between Perceived Value And Tourist Satisfaction", *Tourism Management Journal*
- EKONOMİ BAKANLIĞI RESMİ İNTERNET SİTESİ (2014), "İslam İşbirliği Teşkilatı, <http://www.mfa.gov.tr/islam-isbirligi-teskilati.tr.mfa>" (Erişim Tarihi 20.05.2016)
- GHADAMI, Mina (2012). "The Role Of Islam In The Tourism Industry", *Management Arts, Arts* 52
- GOHARY, Hatem-El (2015). "Halal Tourism, Is It Really Halal?", *Tourism Management Perspectives Journal*
- HASSAN, M. Ghozali; ABDULLAH, Suzzaini ve RAZALLI, M.Rizal, (2011). "Developing A Model For Islamic Hotels: Evaluating Opportunities And Challenges", *Yayın Kaynağına Ulaşılamadı.*
- HELAL TURİZM KONFERANSI II (2016). 2. *Helal Turizm Konferansı Bilgilendirme Kitapçığı*, TÜRSAB
- HENDERSON, J. Catherine (2011). "Religious Tourism And Its Management: The Hajj In Saudi Arabia", *International Journal Of Tourism Research Int. J. Tourism Res.* 13, 541-552 (2011)
- INHORN, Marcia C. (2012). "Globalization And Gametes: Reproductive 'Tourism,' Islamic Bioethics, And Middle Eastern Modernity", *Anthropology & Medicine Journal*
- İSLAM İŞBİRLİĞİ TEŞKİLATI RESMİ İNTERNET SİTESİ (2014). "At The General Assembly of COMCEC in Istanbul, Madani Announces The Choice of Al-Quds and Konya as Islamic Tourism Capitals for 2015 And 2016" http://www.oic-oci.org/oicv3/topic/?t_id=9557&ref=3806&lan=en (Erişim Tarihi 20.05.2016)
- KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ (2016). *İslam Dünyası Turizm Başkenti Resmi İnternet Sitesi*, <http://turizmbaskenti.konya.bel.tr/index.php/etkinlik/> (Erişim Tarihi 22.05.2016)
- KREINER, N. Collins; SHMUELL, Deborah F.; BEN GAL, Michal (2015). "Understanding Conflicts At Religious-Tourism Sites: The Baha'i World Center", *Tourism Management Perspectives* 16 (2015) 228-236, Israel
- KHODADAI, Masood (2016). "A New Dawn? The Iran Nuclear Deal And The Future Of The Iranian Tourism Industry", *Tourism Management Perspectives Journal*
- MASTERCARD-CRESCENTRATING GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX (2016). <https://www.crescentrating.com/travel-index-ranking.html> (Erişim Tarihi 21.05.2016)
- MERDAD, H. Jami; HASSAN, M.Kabir; HIPPER, J. William (2015). "The Islamic Risk Factor In Expected Stock Returns: An Empirical Study In Saudi Arabia", *Pacific-Basin Finance Journal*
- MUJTABA, UmmeSelma (2015). "Ramadan: The Month Of Fasting For Muslims, And Tourism Studies -Mapping The Unexplored Connection", *Tourism Management Perspectives Journal*
- RAHMAN, M. Khalilur (2014). "Motivating Factors Of Islamic Tourist's Destination Loyalty: An Empirical Investigation In Malaysia", *Journal Of Tourism And Hospitality Management* June 2014, Vol. 2, No. 1, Pp. 63-77
- Stephenson, L. Marcus (2014). "Deciphering 'Islamic Hospitality': Developments, Challenges And Opportunities", *Tourism Management* 40
- SESRTCIC (2016). *İslam İşbirliği Teşkilatı İstatistik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar*, <http://www.sesrtcic.org/activities-tourism.php> (Erişim Tarihi 25.05.2016)
- SÜT, Abdulsasir (2014). "İslam Ve Turizm İlişkisi", *International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic* Volume 9/11 Fall 2014, P. 479-497, Ankara-Turkey
- TEKİN, Ö. Akgün (2014). "İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal Of International Social Research* Cilt: 7 Sayı: 29 Volume: 7 Issue: 29
- ZARANDIAN, Neda; SHALBAFIAN, Aliasghar; RYAN, Chris; BİDOKHTI, A. Aliakbar (2015) "Islamic Pro-Poor And Volunteer Tourism – The Impacts On Tourists: A Case Study Of Shabake Talayedaran Jihad", Teheran *A Research Note, Tourism Management Perspectives Journal*.