ÇUKUROVA ARAŞTIRMALARI

E-ISSN: 2458-7559

Araştırma Makalesi/Research Article

DOI Number: <http://dx.doi.org/10.29228/cukar.53908>

Giritlioğlu, İ. ve Erkocaoğlu, T. (2021). Destinasyonlarda rekabet: Akdeniz çanağı üzerine bir inceleme. *Çukurova Araştırmaları*, 7(3), 470-480.

CİLT 7, SAYI 3, KIŞ 2021, s. 470-480

DESTİNASYONLARDA REKABET: AKDENİZ ÇANAĞI ÜZERİNE BİR İNCELEME¹²

İbrahim GİRİTLİOĞLU³

Tomris ERKOCAOĞLAN⁴

Öz

Turizm endüstrisinin sosyo-ekonomik büyüme, istihdam yaratma, bulunduğu bölge halkının refah düzeyini artırma gibi bir itici güç durumunda olması, son yıllarda ülkeleri turistik destinasyonlara önem vererek, sürekli iyileştirme ve geliştirme çabalarına itmiştir. Bu iyileştirme süreçlerinde işletmelerin rekabet üstünlüğü yakalayabilmek için hangi avantajlara ve dezavantajlara sahip olduklarını bilmeleri faydalı olacaktır. Bu nedenle araştırmanın amacı, Türkiye'nin Akdeniz çanağında bulunan rekabet üstünlüğüne sahip en güçlü destinasyon bölgelerinin tespit edilmesi ve rekabet düzeylerini etkileyen unsurlar ile avantajlı ve dezavantajlı faktörlerin belirlenmesidir. Çalışmada, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yayımlanan Tourism Highlights 2020 ve Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayımlanan Seyahat ve Turizmde Rekabet Edebilirlik Raporları'nın 2019 yılına ait verilerinden yararlanılmıştır. Araştırmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmış, veri toplama aracı olarak doküman inceleme yöntemleri ile verilere ulaşılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, İspanya, Fransa, İtalya, Portekiz, Yunanistan, Mısır ve Türkiye'nin Akdeniz çanağı bölgesinde rekabet üstünlüğüne sahip ülkeler oldukları tespit edilmiş ve bu ülkelerin rekabet avantajı ya da dezavantajına sahip oldukları kriterler belirlenmiştir. Araştırma ile İspanya ve Fransa'nın bu kriterlerden çoğunu karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'nin ise "emniyet ve güvenlik", "sağlık ve hijyen", "insan kaynakları ve istihdam", "iş çevresi", "bilgi iletişim teknolojileri", "yer ve liman alt yapısı" kriterlerinde rakiplerinin gerisinde yer alırken, "fiyat üstünlüğü", "hava taşımacılığı", "doğal, kültürel kaynaklar" ve "iş seyahatleri" kriterlerinde ise iyileştirme olduğu tespit edilmiştir.

¹ Bu çalışmada; "2020 TR Dizin Dergi Değerlendirme Kriterleri'nin 8. maddesinde belirtilen araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur."

² Bu makale, "Balkan Zirvesi 5. Uluslararası Sosyal Bilimler" isimli kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur.

³ Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, giritlioglu27@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2890-9817>

⁴Yüksek Lisans Öğrencisi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, tomriserk@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8050-8378>

Article Info/ Makale Bilgisi

Received/Geliş: 20.10.2021

Accepted/Kabul: 26.11.2021

Published/Yayın: 21.12.2021

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, rekabet, destinasyon rekabet gücü, rekabetçilik endeksi, Akdeniz çanağı ülkeleri

COMPETITION IN DESTINATIONS: A REVIEW ON THE MEDITERRANEAN REGION

Abstract

The fact that the tourism industry is a driving force for socio-economic growth, job creation, and increasing the welfare level of the people of the region has pushed countries to continuous improvement and development efforts by giving importance to touristic destinations in recent years. In these improvement processes, it will be useful for businesses to know what advantages and disadvantages they have in order to gain a competitive advantage. For this reason, the purpose of the research is to determine the strongest destination regions with a competitive advantage in the Mediterranean region of Turkey and the advantageous and disadvantageous factors that affect the competitiveness of these regions. In this study, the data of Tourism Highlights 2020 published by the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) and the 2019 Travel and Tourism Competitiveness Reports published by the World Economic Forum (WEF) were used. In the research, the qualitative research method was used, and the data were obtained with document analysis methods as a data collection tool. According to the findings of the research, it has been determined that Spain, France, Italy, Portugal, Greece, Egypt and Turkey are the countries that have a competitive advantage in the Mediterranean basin region and the criteria that these countries have a competitive advantage or disadvantage are determined. With the research, it was concluded that Spain and France met most of these criteria. While Turkey lags behind its competitors in the criteria of "safety and security", "health and hygiene", "human resources and employment", "business environment", "information communication technologies", "ground and port infrastructure", it has been determined that there is an improvement in the criteria of "price superiority", "air transportation", "natural and cultural resources" and "business travels".

Keywords: Destination, competition, destination competitiveness, competitiveness index, Mediterranean region countries

GİRİŞ

Emek yoğun sektörlerden biri olan turizm, küresel bazda hızlı bir şekilde gelişmeye devam etmektedir. Ülkeler, gelir kaynaklarının büyük bir bölümünü turizm sektörü ile karşılamaktadır. Aynı zamanda turizmin ekonomik büyümeye ve ödemeler dengesine oldukça olumlu yönde etkisi olduğu görülmektedir. Dolayısıyla ülkeler, turizm sektörü sayesinde, uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğü elde etmeyi amaçlamaktadır (Bahar, 2006). Son yıllarda destinasyonların artması ile rekabet üstünlüğü kavramı, önemle literatürde yer bulmaktadır. Birden fazla çekicilikleri olan destinasyon ülkeleri, turizm sektörü içinde pastadan büyük pay alabilmek ve milli gelirlerini artırabilmek için, uluslararası arenada sürekli olarak rekabet etmektedirler (Aydemir, Saylan ve Aydoğmuş, 2014, s. 1). Uluslararası düzeyde; politik, iktisadi, sosyo kültürel ve teknolojik değişimler, ülke gelirinin büyük bir bölümünü oluşturan turizm işletmeleri ve destinasyonlar; sektörde tutunabilme ve rekabet edebilme düzeyleri ile ölçülebilmektedir. İşte bu noktada destinasyon çekiciliklerine sahip ülkelerin daha hızlı bir şekilde hareket ederek büyük çaplı rekabetçi ortam içinde değişim ve gelişimlere uyum sağlaması, pazar analizi yapması, yerinde politik ve stratejik adımlar atması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2005, s.141).

Destinasyonlarda rekabete etki eden birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurları inceleyen ölçütler arasında yer alan Dünya Ekonomik Forumu, her iki senede bir, ülkelerin rekabet edilebilirlik düzeylerini belirlemek için mevcut verileri Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik

Endeksi (TTCI) raporunda sunmaktadır. Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi'nde "güvenlik ve iş ortamları", "sağlık ve hijyen koşulları", "insan kaynakları ve iş gücü piyasa durumları", "seyahat ve turizm önceliklendirilmesi", "uluslararası açıklık", "fiyat rekabeti", "çevresel sürdürülebilirlik", "altyapı, doğal ve kültürel kaynaklar", "hava taşımacılığı" gibi konuların rekabet edebilirlik düzeyleri ölçülmektedir. Türkiye'nin aynı pazarda yer aldığı en önemli rakipleri, Akdeniz çanağında yer alan ülkelerdir (Kozak, M. & Rimmington, 1999; Kozak ve G.I.Crouch, 2004; Manap Davras, 2020). Bu sebeple çalışmada, Türkiye'nin coğrafi konum itibari ile yakın olduğu Akdeniz havzasında yer alan ülkelerin destinasyon rekabet gücünü belirleyen unsurlar yanı sıra Türkiye'nin en güçlü rakipleri ve bu rakipleri ile rekabet edilebilirlik düzeyinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, veri toplama aracı olarak doküman incelemesi ve internet sayfaları incelemesi yapılmış, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Dünya Ekonomik Forumu'nun sunmuş olduğu Seyahat ve Turizm Endeksi verilerinden yararlanılmıştır.

Yapılan bu çalışma, tarihi, kültürel, jeopolitik, coğrafi ve doğal güzelliklere sahip olan Türkiye'nin Akdeniz bölgesinde bulunan rakiplerinin durumlarını tespit edebilmesi ve böylece uluslararası pazarda payını artırarak önemli destinasyonlar içinde yer alabilmesi açısından önem teşkil etmektedir.

Akdeniz Çanağı Ülkeleri

Geçmişten günümüze kadar tüm uygarlıklara ev sahipliği yapmış olan Akdeniz havzası, en eski yerleşim merkezlerindendir. Turizm sektörüne dair ilk izlerin görüldüğü ve zaman içinde evrimleşerek günümüzde dünyanın makro düzeyde destinasyon bölgesi haline gelmiştir. Akdeniz havzası konum olarak, 2,5 milyon km² yüz ölçümü ile Güney Avrupa'yı Kuzey Avrupa'dan ayırarak doğuda Asya; Kuzeyinde Avrupa ve bir ucu Güney Afrika'da yer alan dünyanın en büyük iç denizlerinden biridir. Akdeniz kıyısına komşu olan 23 ülkesi bulunmaktadır. Bunlar; Türkiye, Mısır, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Güney Kıbrıs Rum kesimi, Suriye, Filistin, Lübnan, Libya, Tunus, Fas Cezayir, İsrail, Arnavutluk, İtalya, Fransa, İspanya, Monaco, Malta, Slovenya, Hırvatistan, Karadağ, Bosna-Hersek ve Yunanistan olarak sıralanmaktadır (Zoğal ve Baykal, 2021, s. 257) ve bu konuma Şekil 1'de yer verilmiştir.

Şekil 1. Akdeniz Havzası'nın Coğrafi Konumu ve Kıyı Ülkeleri

Kaynak: Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü haritasından yararlanılmıştır (Akdeniz Uygarlık Enstitüsü, 2021).

Destinasyon Kavramı ve Destinasyonun Rekabet Gücü

Turizm destinasyonları, konumundan dolayı tipik bir coğrafi terim ve coğrafi yerin bir parçasıdır (Zemla, 2016, s. 2). En basit tanımına göre destinasyon, varılacak ve gidilecek yer anlamlarını ifade etmektedir (Manhas, Manrai ve Manrai, 2016, s. 26). Dünya genelinde Goeldner ve Ritchie (2003) tarafından ders kitaplarında okutulan en yaygın tanım ise “*Turizm destinasyonu, turistlerin alternatif seyahat deneyimi yaşadıkları belli bir coğrafi bölgedir.*” biçimindeki ifadesidir. İktisat bilimcileri ise turizm destinasyonunu sadece coğrafi alanın bir parçası olarak değil, aynı zamanda talep ve arz dengelerini açıklayabilecek turizm pazarının önemli bir bileşeni olarak tanımlamaktadırlar (Zemla, 2016, s. 3).

Destinasyon rekabeti kavramı ise turistlerin algıladıkları iki destinasyondan birinin; diğerine kıyasla daha verimli mal ve hizmet üretebilme kabiliyetidir (Dwyer, 2003; Göral, 2017, s.143). Destinasyon rekabetçiliği, turist ve yerel halk için destinasyona dair imaj faktörlerinin çekici hale getirildiği konum olabilmesi, ulusal ve uluslararası pazarda yer alabilmesi yeteneğidir (Dupeyras ve MacCallum, 2013; Cagliyan ve Göral 2017, s. 143). Diğer bir tanıma göre destinasyon rekabetçiliği, destinasyon bölgesinin rakiplerinden daha üstün duruma gelebilmek için katma değer katacak mal ve hizmet üretebilme kapasitesi ve kuvvetidir (Hassan, 2000, s. 240).

Alan yazında, destinasyonlarda rekabet konusu hakkında birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Turizmde rekabet konusunda yaptıkları kapsamlı çalışmada Crouch ve Ritchie, destinasyon rekabetinin, destinasyon coğrafyasındaki yerel halka kaliteli ve refah seviyesi yüksek yaşam şartı sağladığını ve bunu gerçekleştirmek için destinasyonlarda sürdürülebilirliğinin sağlanması gerektiğini ifade etmişlerdir (Crouch ve Ritchie, 1999; Ön Esen ve Kılıç, 2017, s. 646). Destinasyon rekabet gücünün belirlenmesi için Sert ve Şahbaz (2017) tarafından yapılan bir diğer çalışmada turist çeken destinasyonların rekabet üstünlüğünde etkisi olan sosyo ve demografik unsurların fark analiz yöntemi ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada, turistlerin algıladıkları rekabet üstünlüğünün demografik özelliklere göre değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Manap Davras (2020), yaptığı çalışmada Akdeniz havzasında bulunan turizm destinasyonlarının, rekabet edilebilirlik düzeyini incelemek amacı ile çok kriterli karar verme yöntemleri kullanmış ve rekabet gücünün belirlenmesi sürecinde kriterlerin ağırlıkları AHS yöntemi ile hesaplanmıştır. TOPSIS ve VIKOR yöntemleri kullanılarak elde edilen iki yöntemin sonuçlarının karşılaştırılması ile Türkiye’nin rekabet gücünün Akdeniz çanağı ülkeleri arasında orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Rekabet konusunda en çok araştırması bulunanlardan biri olan Adam Smith ise rekabeti, “*Mutlak Üstünlükler Teorisi*” kuramı ile açıklayarak rekabetin, iktisadi bir etkinlik olmasının yanı sıra, iktisadi stratejilerin tespitinde bağımsızlık olarak algılanması gerektiğini vurgulamıştır. Smith, piyasanın özgür olması ile bir ürün fiyatında devamlı olarak doğal seviyelerde kalması için bir baskının olacağını ifade etmektedir. Dwyer ve Kim (2003), konu ile ilgili destinasyon rekabetçiliği modeli sunmuşlardır. Modelde 3 ana faktör ele alınmaktadır. Bunlar sırasıyla, kendiliğinden oluşan doğal kültürel kaynaklar, insan eli ile oluşturulmuş kaynaklar ve ulaşılabilirlik ve kaliteli hizmetler gibi destek kaynaklar olarak gruplandırılmıştır.

Destinasyonlarda Rekabet Gücünü Etkileyen Unsurlar

Turizm endüstrisinde destinasyon rekabeti ile ilişkili birçok unsurun olduğu görülmektedir. Bu unsurlar; insani unsurlar, sermaye, eğitim, bilgi teknolojileri, arz ve talep, gelen turist sayısı, turizm gelirleri, turizm harcamaları, döviz kurları, reklam, doğal kaynaklar, sürdürülebilir destinasyon, sosyoekonomik ve çevresel koşullar, müşteri tatmini, destinasyon algısı, pazarlama stratejileri, ürün ve hizmet çeşitliliği, kültürel ve tarihi unsurlardır (Bahar ve Kozak, 2005, s.

142). Kavramsal yönüyle birçok konuyu içeren turizm, toplumun günlük hayatının her alanında yer alan sosyal, çevresel, kültürel ve ekonomik unsurları içermektedir. Turizmin ekonomik boyutunu; ülkenin ödemeler dengesine etkisi, döviz girdisi sağlaması, istihdam alanı yaratması, sosyo-kültürel boyutunu; toplumları bir araya getirmesi, farklı kültürleri içermesi, tanıma-tanıtma, turistlere hizmet sunma, konaklama ihtiyaçlarını karşılama, çevresel boyutunu ise doğal kaynakların korunması insanı kaynakların oluşturulması, alt yapı olanaklarının geliştirilmesi gibi konular oluşturmaktadır (Doğan ve Üngüren, 2010, s. 412).

Turizm, toplumsal bir hareketlilik olarak görüldüğünden dolayı, belirli destinasyonlara yapılan seyahat ve konaklama sırasında kişilerin birbirleri ile olan etkileşimleri sonucunda; gelenek ve göreneklerde, kültürlerde, eğitim düzeylerinde zaman içinde birtakım değişimler görülmektedir. Dolayısıyla turizm, özellikle destinasyon ülkeleri bakımından değerlerde, aile yapısında, hayat tarzında, suç oranlarında ve insan davranışlarında değişimlere sebep olur. Bu nedenle turizmin sosyokültürel boyutlarının incelenmesi gerekmektedir (Civelek, 2010, s. 332).

Akdeniz çanağında bulunan ülkelerin çevresel problemlerinde mevsimsellik faktörü sorun teşkil etmektedir. Bu ülkelerin biyoçeşitlilik ve doğal su kaynakları sezonluk olarak gerginlik altında kalmaktadır ve yaşanan bu gerilim turizm sektörü ve diğer sektörleri de etkilemektedir. Turizm pazarından pay almak isteyen destinasyon ülkelerinin doğal ve çevresel kaynakların planlı kullanımı, sürdürülebilir kalkınma ve iyileştirme gibi konulara yöneldikleri görülmektedir (Yüncü ve Uca, 2020, s. 300). Bu sebeple, doğal unsurların tutarlı kullanımı, çevreye daha hassas davranarak ve hizmet üretiminde daha fazla sorumluluk üstlenerek bilinçli bir toplum ile sürdürülebilirlik sağlanması amaçlanmaktadır (Dördüncü, İncekara ve İncaz, 2015, s. 447).

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Akdeniz çanağında bulunan destinasyon bölgelerinin rekabet edebilirlik durumunun tespit edilmesi ve Türkiye'nin en güçlü rakiplerinin belirlenmesinde etki eden faktörlerin incelenmesidir. Çalışmada, 2019 Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayımlanan Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yayımlanan Tourism Highlights 2020 raporunda sunulan 2019 yılına ait verilerden yararlanılmıştır.

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Doküman inceleme yöntemi, gerekli olan bilgi kaynaklarının toplanmasında görüşme ve gözlem tekniğine ihtiyaç duyulmadan kullanılan bir yöntemdir. Doküman incelemesinde araştırmanın amaca uygun ölçülüp ölçülmediğinin derecesini artırmak için veri toplamada araştırma konusuna dair yazılı ve görsel araçlar kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Araştırmada, Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi raporunda yer alan çevresel faktörler ve alt kriterleri, turizm politikaları ve alt kriterleri, alt yapı ve alt kriterleri, doğal kültürel kaynaklar ve alt kriterlerinden oluşmaktadır. Bu kriterler, Akdeniz çanağında yer alan güçlü rekabet avantajına sahip ülkelerden olan İspanya, Fransa, İtalya, Portekiz, Yunanistan, Türkiye ve Mısır açısından incelenmiştir. Araştırmada incelenen kriterlerin, daha fazla alanı kapsamaması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

BULGULAR

UNWTO raporundaki rekabeti etkileyen ekonomik faktörlerden gelen turist sayısı ve turizm gelirlerine Tablo 1'de yer verilmiştir. Raporda yer alan 2018 ve 2019 yılları verilerine göre, %11,2 pay ile gelen turist sayısı ve %13,8 pay ile turizm gelirleri açısından Akdeniz çanağındaki rekabet gücü en yüksek ülke İspanya'dır. Sırasıyla rekabet üstünlüğüne sahip diğer ülkeler ise turizm gelirinde %11,1 pay ile Fransa, %8,7 pay ile gelen turist sayısı ve %8,6 pay ile turizm gelirleri bakımından İtalya, gelen turist sayısı %6,9 pay ve turizm gelirlerinin %5,2 pay ile Türkiye, gelen turist sayısı %4,2 pay ve turizm gelirlerinin %3,5 Yunanistan, gelen turist sayısı

%3.3 pay ve turizm gelirlerinin %3.6 pay ile Portekiz, gelen turist sayısı % 2.0 ve turizm gelirleri % 1.6 pay ile Mısır'dır.

Tablo 1. Akdeniz Çanağında Bulunan Destinasyonların Turist Varışları ve Turizm Gelirleri

AKDENİZ ÇANAĞI ÜLKELERİ						
	GELEN TURİST		PAY	TURİZM GELİRLERİ		PAY
YILLAR	2018	2019	%	2018	2019	%
İSPANYA	82,808	83,509	11.2	81,689	79,708	13.8
FRANSA	89,400	-----	-----	66,031	63,801	11.1
İTALYA	61,567	64,513	8.7	49,262	49,596	8.6
TÜRKİYE	45,768	51,192	6.9	25,220	29,829	5.2
YUNANİSTAN	30,123	31,348	4.2	18,998	20,351	3.5
PORTEKİZ	22,800	24,600	3.3	20,140	20,633	3.6
MISIR	11.346.	13,026	2.0	11.615	13,030	1.6

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2021)

Dünya Ekonomik Forumu'nun 2019 yılı Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde yer alan 15 kriter ile 140 ülke arasında rekabet edebilirlik ölçülmüştür. Çalışmada, 2019 yılı Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde bulunan kriterler ile Türkiye'nin ve Akdeniz çanağında yer alan en güçlü rakiplerinin durumunu incelemek amaçlanmaktadır. Endekste yer alan 15 kritere ve bu kriterlere göre adı geçen yedi ülkenin değerlerine Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Çevresel Unsurlar Değişkenleri

2019 Yılı Akdeniz Çanağı Destinasyonlarının Alt İndeks'inde Yer Alan Kriter Ölçütleri

ÜLKELER	1	2	3	4	5	6	7
	İspanya	Fransa	İtalya	Portekiz	Yunanistan	Türkiye	Mısır
	1	2	8	12	25	43	65
SIRALAMA /DERECELEME							
ÇEVRESEL UNSURLAR	33-5.5	28-5.6	57-5.2	31- 5.5	58- 5.2	82-4.6	86-4.5
İş Çevresi	64- 4.5	47-4.8	110-4.0	54-4.7	119.3.9	71- 4.4	70-4.4
Emniyet Güvenlik	16-6.1	51- 5.7	69-5.5	9-6.3	61-5.6	125-4.3	112-4.8
Sağlık ve Hijyen	32-6.2	9-6.5	25-6.3	40.6.0	13 - 6.5	65- 5.5	90.5.0
İnsan Kaynakları/	41- 4.9	25-5.1	63-4.6	30-5.1	59-4.9	97-4.2	89- 4.3
Bit Hazırlık	27-5.8	20-5.9	41-5.5	38-5.5	51-5.2	71-4.6	86-4.3

Kaynak: Dünya Ekonomik Forum (WEF)'nun 140 ülkeyi kıyasladığı "Turizmde Uluslararası Rekabet Edebilirlik Raporu"(2019)

2019 yılına ait raporda, İspanya 140 ülkenin arasında en iyi rekabet ölçütüne sahip olarak ilk sırada yer almaktadır. Akdeniz çanağında bulunan ve rekabet üstünlüğüne sahip diğer ülkeler sırasıyla; Fransa, İtalya, Portekiz, Yunanistan, Türkiye ve Mısır yer almaktadır. Tablo 2 'deki

çevresel unsurların alt indeks unsurlarından iş çevresi 4.8; sağlık ve hijyen 6.5; insan kaynakları ve istihdam 5.1 ve bilgi işlem hazırlık kriterlerinden 5,9 puan alan Fransa, ilk sırada yer almıştır. Emniyet ve güvenlik konusunda, Portekiz 6,3 puan aldığından dolayı ilk sırada olduğu görülmektedir. Türkiye'nin bu konuda 4.3 puan ile 140 ülke içinde 125. sıradadır. Türkiye'nin çevresel unsurlar konusunda tüm kriterlerin ortalaması alındığında 140 ülke arasında 4,6 puan ile 82. sırada olduğu görülmekte olup, Türkiye'nin Akdeniz çanağında yer alan rakiplerine oranla dezavantajlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Seyahat ve Turizm Politikası Etkinleştirme Koşulları

2019 Yılı Akdeniz Çanağı Destinasyonlarının Alt İndeks'inde Yer Alan Kriter Ölçütleri

ÜLKELER	1	2	3	4	5	6	7
	İspanya	Fransa	İtalya	Portekiz	Yunanistan	Türkiye	Mısır
	1	2	8	12	25	43	65
SIRALAMA /DERECELEME							
SEYAHAT TURİZM POLİTİKASI ETKİNLEŞTİRME KOŞULLARI	10-4.9	23-4.8	75- 4.4	20-4.8	26-4.8	56-4.5	45-4.6
Seyahat/Turizmin Önceliklendirilmesi	8-5.9	34-5.1	63-4.8	12-5.7	13-5.6	39-5.1	31-5.2
Uluslararası Açıklık	43-3.9	22-4.2	29-4.1	24-4.2	32-4.1	52-3.8	124-2.2
Fiyat Rekabeti	101-5.0	128-4.5	129-4.4	95-5.1	111-4.9	48-5.6	3-6.5
İnsan Kaynakları/	41- 4.9	25-5.1	63-4.6	30-5.1	59-4.9	97-4.2	89- 4.3
Çevresel Sürdürülebilirlik	25-4.7	10-5.3	64-4.3	86-4.2	37-4.5	126-3.7	31-4.7

Tablo 3'te, Seyahat ve Turizm Politikası Etkileştirme Koşullarının alt indekslerinden, seyahat turizm'nin önceliklendirilmesi konusunda 5,9 puanı olan İspanya, aynı zamanda seyahat ve turizm politikası etkinleştirme konusunda yüksek puana sahip olarak ülkeler içinde birinci sırada yer almıştır. Uluslararası açıklık kriterlerinden 4,2 puanı alan Fransa, ilk sırada bulunmaktadır. Portekiz'inde, yaklaşık puan aldığı görülmektedir. Fiyat rekabeti konusunda Mısır 6.5 ile ilk sırada yer alırken, Türkiye 5,6 puan ile ikinci sırada olduğu görülmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik konusunda 5,3 puan ile Fransa ilk sıralardadır. Türkiye'nin Çevresel sürdürülebilirlik indeksinde 3,7 puan ile en sonlarda yer aldığı bulgular arasındadır.

Tablo 4. Alt Yapı

2019 Yılı Akdeniz Çanağı Destinasyonlarının Alt İndeks'inde Yer Alan Kriter Ölçütleri

ÜLKELER	1	2	3	4	5	6	7
	İspanya	Fransa	İtalya	Portekiz	Yunanistan	Türkiye	Mısır
	1	2	8	12	25	43	65
SIRALAMA /DERECELEME							
ALT YAPI	4- 5.6	11-5.4	17-5.2	15- 5.2	26-4-8	38-4.4	76-3.3
Hava Taşımacılığı Alt Yapı	10- 5.0	17-4.8	30- 4.4	21- 4.7	18-4.8	20-4.7	55 - 3.3

Yer ve Liman Alt Yapısı	12 – 5.2	7-5. 6	22 – 4.7	39 – 4.2	49-3.8	56-3.6	64 – 3.4
Turist, Hizmet Altyapısı	3- 6.6	20 – 5.7	10 – 6.0	1 – 6.7	18 – 5.8	37 – 5.0	95 – 3.2

Tablo 4 ‘deki Alt yapı olanaklarının toplam değişkenlerin ortalamasına göre, İspanya’nın 5,6 puan ile rakiplerinin önünde olduğu görülmektedir. Hava taşımacılığı kriterinde 5,0 puan ile İspanya; yer ve liman alt yapısı bakımından 5,6 puan ile Fransa; turist hizmet alt yapısında 6,7 puan ile Portekiz ilk sıralarda bulunmaktadır.

Tablo 5. Doğal ve Kültürel Kaynaklar

2019 Yılı Akdeniz Çanağı Destinasyonlarının Alt İndeks’inde Yer Alan Kriter Ölçütleri							
ÜLKELER	1	2	3	4	5	6	7
	İspanya	Fransa	İtalya	Portekiz	Yunanistan	Türkiye	Mısır
	1	2	8	12	25	43	65
SIRALAMA /DERECELEME							
DOĞAL, KÜLTÜREL KAYNAKLAR	3 – 5.7	2 – 5.9	4- 5.7	15 – 4.0	25 – 3.4	27 – 3.3	33 – 3.1
Doğal Kaynaklar	9 – 4.8	6 – 4.8	7 – 4.9	31 – 4.0	45 – 3.5	77 – 2.8	69 – 3.0
Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahatleri	3 – 6.7	2 – 6.8	4 – 6.5	15 – 4.1	21 – 3.3	17 – 3.8	22 – 3.3

Tablo 5 ‘doğal kültürel kaynakların tüm alt kriterlerinden yüksek ortalaması 5,9 puan olan Fransa’nın, ilk sıralarda olduğu görülmektedir. Fransa’yı sırasıyla; İspanya, İtalya, Portekiz, Yunanistan, Türkiye ve Mısır izlemektedir.

Bu bilgiler ışığında 2019 Dünya Ekonomik Forumu’nun Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi’nin tüm kriterleri göz önünde bulundurulduğunda Türkiye 140 ülke arasında 43. sırada yer alırken, Akdeniz çanağında bulunan 7 güçlü rakip arasında 6. sırada olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Akdeniz bölgesi, tarihsel süreçte olduğu gibi günümüzde de turizm hareketliliğinin yoğun yaşandığı bölgelerdendir. 2019 Dünya Ekonomik Forumu’nun Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi’nin yaptığı araştırma bulguları sonucunda Akdeniz’in en büyük destinasyonlarının İspanya, Fransa, İtalya, Portekiz, Yunanistan, Türkiye, Mısır olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. 2019 verilerine göre Türkiye, Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi bulguları sonucunda 140 ülke arasından 43. sırada yer almaktadır. Bir önceki yıllara göre, Türkiye büyük bir ilerleme kaydetmiştir. Sıralamalar her yıl farklılaşmaktadır. Dolayısıyla destinasyonların sadece eşi benzeri olmayan çekiciliklere sahip olmaları yeterli olmamaktadır. Teknolojik unsurlar ve turist beklentileri günden güne değişime uğramaktadır. Bu noktada araştırmada, Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi’nin çevresel faktörlerinden “iş çevresi”, “emniyet ve güvenlik”, “sağlık ve hijyen”, “insan kaynakları”, “işgücü piyasası” ve “bilgi işlem teknolojilerine hazırlık” kriterleri arasında sırasıyla; Fransa, İspanya, Portekiz, İtalya, Yunanistan’nın avantaj yakaladığı sonucuna ulaşılmaktadır. 140 ülke arasında yapılan bu puanlandırmada. Türkiye’nin 82. sırada yer alması sebebiyle çevresel kriterlerinin geliştirilmesi gerektiği söylenebilir. Araştırmada Türkiye’nin ve Mısır’ın fiyat rekabeti konusunda rakiplerinden daha üstün olduğu, uygun fiyat koşulları nedeni ile gelen turistlerin Türkiye’yi tercih edebileceği sonucuna

ulaşılmaktadır. Emniyet ve güvenlik bakımından Türkiye'nin 125. sırada yer alması, rakiplerinden daha geride olduğunu göstermektedir ve dolayısıyla güvenlik problemi konusunda çözüm arayışına gidilmesi gerektiği önem teşkil etmektedir. Ayrıca araştırmada Türkiye'nin rakiplerinin gerisinde kaldığı kriterler, "bilgi iletişim teknolojileri", "emniyet ve güvenlik", "yer ve liman alt yapısı", "sağlık ve hijyen", "insan kaynakları", "istihdam ve iş çevresi" gibi değişkenlerdir. Ortalama iyi olduğu kriterlerin ise "fiyat üstünlüğü", "hava taşımacılığı", "doğal kültürel kaynaklar" ve "iş seyahatleri" olduğu ve bu alanlarda gelişmelerin varlığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nın Tourism Highlights 2020 raporunda İspanya'nın, turizm gelirlerinde %13,8 oranı ile en büyük paya sahip olduğu ifade edilmiştir. Türkiye 2018 ve 2019 yılları arasında turizm gelirleri alanında kayda değer artış göstermiş ve %5,2 oranına yükselmiştir. Aynı yıllarda gelen turist sayısında da bir artış yaşanmış ve Akdeniz ülkeleri arasında 4. sırada olması Türkiye'nin rakipleri arasında önemli bir paya sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu bilgiler ışığında Türkiye 'nin rekabet edebilirlik düzeyinin güçlü olduğunu söylemek mümkündür. Fakat değerlendirmelerin belli periyodlar arasında olması ve tüm kriterleri kapsamaması, çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Araştırma bulguları sonucunda, Türkiye'nin emniyet ve güvenlik konusundaki eksiklikleri gidermek için yasa ve kanun düzenlemelerine gidilebilir. Bilgi İletişim Teknolojilerindeki eksiklikleri konusunda, Türkiye genelinde yapılan Ar-Ge ve inovasyon odaklı destek ve teşviklerin artırılarak, bunların ticarileştirilmesi ve yerli ürün üretimine yönelik hedeflerin belirlenmesi gerekmektedir. İstihdam ve iş çevresinin artırılması hususunda uluslararası ve yerel bazda etkili stratejik planların geliştirilerek, sürekli kendini yenileyen turizm ürünleri üretilip, turizme dair iş ortamlarının oluşturulması sağlanmalıdır. Türkiye'nin çevresel sürdürülebilirlik konusundaki eksiklikler hakkında devlet teşviki ve tüm paydaşların desteği ile çalışmalar yürütülebilir. Buna ek olarak çevresel sürdürülebilirlik kapsamında, halkın bilinçlenmesi ile ilgili eğitimler verilebilir. Jeopolitik ve doğal ve kültürel zenginliklere sahip destinasyon bölgeleri tescil edilmelidir. Aynı zamanda tescil edilen destinasyon bölgelerinin pazarlama ve tanıtımı ile ilgili yatırımlar desteklenmelidir. Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ülkemizde arkeolojik kazılarının desteklenmesi ve bu medeniyetlerin çekicilik unsuru haline getirilebilmesi için üniversitelerin arkeoloji bölümleri artırılarak önemi vurgulanmalıdır.

Covid 19 salgını öncesinde turizme ilişkin %3 'lük seviyelerde bir büyüme öngörülürken, dünyanın şimdiki geldiği noktada turizm büyük oranda etkilenmiştir. Dolayısıyla Türkiye ve Akdeniz çanağında bulunan rakiplerinde büyük ölçüde daralma yaşanmaktadır. Bu olumsuzluklar çalışmaya konu olan faktörlerin yeniden revizyon edilmesini ve yeni değişkenlerin eklenmesini gerekli kılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aydemir, B., Saylan, U. ve Aydoğmuş, F. (2014). Turizmde rekabet: Seyahat ve turizm (T&T) rekabet edebilirlik raporunda Türkiye'nin ve Avrupa'nın değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 1-15.
- Bahar, O. (2006). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: Var analizi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(2), 137-150.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). Türkiye turizminin Akdeniz ülkeleri ile rekabet gücü açısından karşılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 139-152.
- Çagliyan, V. ve Göral, R. (2017). Uluslararası Turizm rekabetçiliği ve turizmin ekonomik etkisi üzerine bir değerlendirme. *Turan-Sam: Turan Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 9(33), 1309-4033.
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 13(1-2), 331-350.

- Crouch, G. ve Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyokültürel açıdan bakışı. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Dördüncü, H., İncekara, B. ve İncaz, S. (2015, Mayıs). *Sürdürülebilirlik endeksleri üzerine bir değerlendirme ve lojistik performans endeksi*. Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi IV. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresinde sunulan bildiri, Gümüşhane.
- Dupeyras, A. ve MacCallum, N. (2013). Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD publishing.
- Dwyer, L. ve Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Enstitüsü, A. U. A. (2019). Akdeniz Havzası Coğrafyası Araştırmaları. *Akdeniz Uygarlık Araştırma Enstitüsü haritası*. Erişim tarihi: 15.04.2021, <http://akdenizarastirmalari.akdeniz.edu.tr/anabilim-dallari-2/akdeniz-havzasi-cografyasi-arastirmalari/> adresinden erişildi.
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: principles, practices, philosophies*. (W. G. Hoboken, Ed.).
- Göral, R. (2017). Dünya ekonomik forumu turizm rekabetçilik raporu ışığında Türkiye turizminin rekabetçilik sorunları. *Akademik Bakış Dergisi*, (61), 141-166.
- Hassan, A. ve Uşaklı, A. (2013). Seyahat ve turizm rekabetçilik endeksi: Akdeniz çanağındaki destinasyonlara yönelik karşılaştırmalı bir analiz. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(2), 15.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: Conceptual considerations and empirical findings, *Hospitality Management*, 18(3), 273-283.
- Kozak, M. ve G.I.Crouch. (2004). Measuring comparative performance of vacation destinations, consumer psychology of tourism, hospitality and leisure. Wallingford: *CAB International*, 285-302.
- Manap Davras, G. (2020). Akdeniz turizm destinasyonlarının rekabet gücü açısından TOPSIS ve VIKOR yöntemleri ile karşılaştırılması (Comparison of the Competitiveness of mediterranean tourism destinations by TOPSIS and VIKOR methods). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1439-1456.
- Manhas, P. S., Manrai, L. A. ve Manrai, A. K. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29.
- Ön Esen, F. ve Kılıç, B. (2017). Destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörler: Fethiye ve Marmaris turizm destinasyonlarında karşılaştırılmalı bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 645-660.
- Sert, A. N. ve Şahbaz, R. P. (2017). Turist bakış açısıyla destinasyon rekabet gücünün belirlenmesinde sosyodemografik özelliklerin etkisine yönelik bir araştırma (A case study towards effects of socio-demographic characteristics on determination of destination competitiveness from tourist p. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(5), 74-92.
- UNWTO. (2021). International Tourist Arrivals and Tourism Receipts by Country of Destination. *International Tourism high lights 2020 Edition*. Erişim tarihi: 20.04.2021, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> adresinden erişildi.
- WEF. (2019). *Dünya Ekonomik Forumu(WEF) 'un 140 Ülkeyi Kıyasladığı "Turizmde Uluslararası Rekabete Edebilirlik Raporu"*. Erişim tarihi: 07.04.2021, <http://www.turob.com/Files/Dosyalar/pdf/World Economic Forum raporu 2019.pdf> adresinden erişildi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Yüncü, H. R. ve Uca, S. (2020). Akdeniz turizm destinasyonlarının çevresel performans endeksine (2020) göre ekolojik performansları: Çok boyutlu ölçekleme analizi ile bir değerlendirme. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 3(2), 299-310.
- Zemła, M. (2016). Tourism destination: The networking approach. *Moravian Geographical Reports*, 24(4), 2-14.
- Zoğal, V. ve Baykal, F. (2021). Geçmişten geleceğe Akdeniz ülkelerinde turizm. *Coğrafya Dergisi- Journal of Geography*, 41, 255-270.