



Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Raporunda Türkiye'nin ve Akdeniz Çanağındaki Rakiplerinin Karşılaştırmalı Analizi Üzerine Bir Çalışma (A Study on the Comparative Analysis of Turkey and Its Mediterranean Competitors in the Travel and Tourism (T&T) Competitiveness Report)

* M. Sena YILDIRGAN^a, Said KINGIR^b, Orhan BATMAN^b

^a Sakarya University of Applied Sciences, Graduate School of Education, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

^b Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 11.08.2021

Kabul Tarihi: 14.10.2021

Anahtar Kelimeler

Dünya ekonomik forumu

Rekabet

Turizm rekabeti

Türkiye

Akdeniz çanağı

Öz

Çalışmanın amacı, Türk turizm sektörünün Akdeniz çanağında bulunan önemli rakipleri ile arasındaki rekabet gücünü belirleyen faktörlerin irdelenmesidir. Çalışmanın amacına ulaşmak için 2019 yılında Dünya Ekonomik Forumu'nun yayınlanmış olduğu Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik raporundaki verilerden yararlanılmıştır. Çalışmada, Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki rakipleri olarak İspanya, İtalya, Fransa, Yunanistan ve Kıbrıs ülkeleri incelemeye dahil edilmiştir. Türkiye'nin uluslararası arenada turizm sektöründeki rekabet edebilirliğini olumlu ve olumsuz yönden etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi esas alınmıştır ve veri toplama aracı olarak doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde ise betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre; Türkiye'nin turizm sektöründeki olumlu yönleri kültürel kaynaklar, hava ulaşım altyapısı, turist hizmet altyapısı, iş seyahatleri, seyahat ve turizm istek eğilimi, politik kural ve düzenlemeler, turizm alt yapısındaki gelişmelerdir. Çevresel sürdürülebilirlik, emniyet ve güvenlik, insan kaynakları ve işgücü piyasası faktörleri açısından ise, Türkiye'nin sıralamadaki yerinin geliştirilmesi gerektiği belirlenmiştir.

Keywords

World economic forum

Competition

Tourism competition

Turkey

Mediterranean dish

Abstract

The aim of the study is to examine the factors that determine the competitiveness of the Turkish tourism sector with its important competitors in the Mediterranean basin. In order to achieve the aim of the study, the data in the Travel and Tourism (T&T) Competitiveness report, which was published by the World Economic Forum in 2019, was used. In the study, Spain, Italy, France, Greece and Cyprus countries were included in the study as Turkey's competitors in the Mediterranean basin. It has been tried to determine the factors that affect the competitiveness of Turkey in the tourism sector in the international arena, both positively and negatively. In the research, qualitative research method was taken as basis and document analysis technique was used as a data collection tool. Descriptive analysis method was used in the analysis of the data. According to the results of the study; The positive aspects of Turkey's tourism sector are cultural resources, air transportation infrastructure, tourist service infrastructure, business trips, travel and tourism demand tendency, political rules and regulations, and developments in tourism infrastructure. In terms of environmental sustainability, safety and security, human resources and labor market factors, it was determined that Turkey's place in the ranking should be improved.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: m.senayildirgan@gmail.com (M. S. Yildirgan)

DOI:10.21325/jotags.2021.942

GİRİŞ

Yaşanan küreselleşme süreci beraberinde rekabet kavramını getirmiştir dolayısıyla çoğu sektör ve işletme rekabet üstünlüğü sağlamak, rekabet üzerinde rol oynayan unsurları belirlemek gibi avantaj elde etmenin yollarını aramakla karşı karşıya gelmişlerdir. Küreselleşmenin sebep olduğu rekabet, her geçen gün önemli bir değişim ve gelişme gösteren turizm sektörünü de birincil sırada ilgilendirmektedir. Turizm sektöründeki işletmeler, yoğun rekabet ortamında kalıcılığını sürdürebilmek ve başarı sağlayabilmek için rekabet güçlerini üst düzeyde tutmak zorundadır (Kılıç & Esen, 2017).

Dünyada en önemli hizmet sektörlerinin arasında bulunan turizm sektöründe, ülkeler paylarını artırma gayreti içinde yer almakta ve turizm işletmeleri arasında rekabet gücü unsurlarının önemi ortaya çıkmaktadır (Crouch ve Ritchie, 1999). Katılımcı sayısı ve gelir miktarının her geçen gün yükselişte olduğu dünya turizm pazarında rekabet eden ülkeler, artan turistik talep ve turizm gelirlerinde paylarını artırmak ve rakip ülkelerden üstün olmak için çeşitli politikalar üretmektedir (Batman & Zengin, 2002).

Destinasyon bazında bakıldığında ise bir destinasyonun turizmde rekabet edebilirliğini ölçebilmek için tek bir faktörün değil birden fazla faktörün dikkate alınması gerekmektedir. Örnek olarak; fiyat, hizmet kalitesi, performans, bölgelerin ekonomik yönleri vb. gibi faktörlerin bir destinasyonun turizmde rekabet edebilirliği için son derece önemli faktörler arasında yer aldığı söylenebilir.

Bu bağlamda çalışmada, Türkiye'nin turizm sektörü bakımından rekabet gücünü etkileyen faktörlerin neler olabileceği ortaya koyulmaktadır. Ayrıca ortaya koyulan araştırma ile Türkiye'nin turizm sektöründe özellikle Akdeniz bölgesindeki mühim rakiplerine göre olumlu ve olumsuz yanlarının da belirlenmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle, Türkiye'nin Akdeniz bölgesindeki kıyasıya rekabet içinde olduğu rakiplerine göre rekabet gücünü nasıl arttırabileceği bu çalışma ile belirlenmeye çalışılacaktır.

Öncül Çalışmalar

Kozak ve Rimmington (1999)	Uluslararası turistler için rekabet gücü setleri oluşturmanın bir yöntemini sunmaktadır. Bulgular, Akdeniz çanağı destinasyonlarının yaz turizminde Türkiye'nin doğrudan rakipleri olduğunu belirlemiştir.
Dwyer vd. (2000)	19 turizm destinasyonunun fiyat rekabetçiliğinin incelenmesinden elde edilen bulguları ve sonuçları sunmaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre; fiyatın bir destinasyonun rekabet gücü üzerindeki etkileri ayrı olabilir. Bu da döviz kuru etkilerinden kaynaklanabilmektedir.
Dwyer vd., (2001)	Bir turizm ülkesinin rakiplerine göre gelişmesini sürdürülebilir hale getirip, başarı sağlayabilmesi ve rekabet gücünü kazanabilmesi o ülkenin turizm sektöründeki ürün fiyatlarının ne ölçüde rekabetçi bir yapıya sahip olduğu ile ilişkilidir.
Ritchie ve Crouch (2003)	Turizm destinasyonundaki yerel halka yüksek refah sağlayan olanaklar, o bölgenin rekabet gücü olarak belirtilmektedir. Bu görüşten anlaşılmaktadır ki; rekabet gücü denilen kavram sadece turistlerin memnuniyetine dayalı değildir. Bölge halkının refahı da rekabet gücünü son derece etkileyen faktörlerdendir.

Enright ve Newton (2004)	Müşterilerin doğrudan hizmet-çalışan katılımından bağımsız olarak bir hizmet sonucu üretmesini sağlayan teknolojik bir ara yüzün Fransa'daki çeşitli kategorilerdeki oteller tarafından ne ölçüde kullanıldığı vurgulamaktadır.
Kozak ve Bahar (2005)	Türkiye'nin uluslararası turizm sektöründe rekabet gücünü olumlu etkileyen faktör konukseverlik ve olumsuz etkileyen faktör ise uzaklıktır. Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki en yakın rakiplerinin; Yunanistan, İspanya, Fransa, İtalya ve Kıbrıs olduğu belirlenmiştir.
Crouch (2007)	İncelenen 36 destinasyon rekabetçilik özelliğinden en önemli on tanesinin şunlar olduğu bulunmuştur: Fizyografi ve İklim, Piyasa Bağları, Kültür ve Tarih, Turizm Üst Yapısı, Emniyet ve Güvenlik, Maliyet Değeri, Ulaşılabilirlik, Farkındalık/Görüntü, Konum, Altyapı.
Kozak (2007)	Literatürde yer alan çalışmaların sonuçlarını inceleyerek Türkiye turizminin rekabeti hususunda bir saptama yapmıştır. Konukseverlik ve fiyat düzeyi gibi unsurların olumlu, taciz vb. faktörlerin de olumsuz olarak görülmesidir. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, rakip analizi hususunda karşılaştırma yapmak için belirlenen ülkeler genelde, Türkiye'nin coğrafik olarak yakın çevresinde olan ve doğrudan rakipleri konumunda bulunan Akdeniz ülkelerinden meydana gelmesidir.
Hong (2008)	Uzun vadeli büyüme sağlamak için, turizme dayalı ekonomilere sahip ülkeler, rekabet avantajı kazanmak için karşılaştırmalı avantajlarını kullanmak için stratejiler geliştirmelidir.
Angelkova vd. (2012)	Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi ve rekabet gücünün korunması fırsatları, büyük ölçüde çevrenin kalitesinden, kültürel ve doğal mirasın ve diğer değerlerin, malların ve kaynakların korunması ve cazip hale getirilmesinden etkilenmektedir.
Dimoska ve Trimcev (2012)	Uluslararası turizm pazarında var olan rekabetin artması sonucunda, mevcut turistik destinasyonlar ve yeni turistik destinasyonların ortaya çıkması, başarı ve özelliklere rekabet avantajını sürdürmek, korumak ve güçlendirmek, bir mücadele ve birincil hedeftir sonucuna varmışlardır.

Turizm Rekabeti ve Rekabet Gücü Kavramları

Rekabet kavramının çok boyutlu, dinamik, karmaşık ve geniş kapsamlı bir kavram olması rekabetin tanımı hususunda ortak bir paydada buluşmayı zorlaştırmaktadır. Turizm ve rekabet konulu çalışmalarda yer alan tanımlamalara bakılacak olursa; turizm rekabeti, *“bir turizm merkezinin rakiplerine göre pazar payını koruma altına alarak kaynakların sürdürülebilirliğini sağlayacak şekilde katma değerli ürünler üretmesi yeteneği”* olarak tanımlanmaktadır (Hassan, 2000). Dwyer, Forsyth ve Rao'ya (2000) göre *“turizm rekabeti döviz kurlarındaki hareketlilik sonucu meydana gelen fiyat farklılıklarını, turizm endüstrisinin farklı öğelerinin verimlilik seviyeleri ve bir destinasyonun cazibesini belirleyen nitel unsurları içine alan temel bir görüşür”*. Bir başka tanım ise *“turizm rekabeti, bir turistik destinasyonun pazardaki payını ve gücünü koruyup sürdürerek, gelişimine devam etmesidir”* (d'Hautesserre, 2000). Diğer bir tanıma göre turizm sektöründe destinasyon rekabeti, bir planlama çerçevesinde destinasyonların rekabette değişik özelliklerinin karşılaştırılması ve düzenli analizini yapan metot ve destinasyon değerlendirme yöntemleri olarak açıklanmaktadır (Pearce,1997). Rekabet gücü kavramı ise; *“Ülkelerin turistik rekabet gücü, sahip oldukları doğal ve tarihi arz kaynaklarının alt ve üstyapı yatırımları aracılığı ile desteklenerek, uluslararası turizm trafiğini ve talebini yönlendiren koşullar kapsamında, zayıf ve güçlü yönlerini, küresel çapta tehdit ve fırsatları doğrultusunda oluşan stratejiler ve uluslararası turizm piyasasında sürdürülebilir bir başarı elde*

etme, bu başarıyı ülke içi ekonomide yüksek refah seviyesine ulaştırmada araç olarak kullanabilme kabiliyetidir” (Gümüş,2002; Ersin, 1995; Esen, 2006).

Turizmde Rekabet Gücünü Etkileyen Unsurlar

Turizm sektörünün ekonomik, yasal, politik, psikolojik, çevresel gibi pek çok sayıda unsurdan etkilenmesi sebebiyle destinasyonların rekabet gücü üzerinde rol oynayan faktörleri belirlemek oldukça zordur (Güripek,2013).

Turizm ve rekabet ile ilgili pek çok çalışmada turizmde rekabet gücünü etkileyen unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır (Aydemir vd., 2014). Crouch ve Ritchie (1999) destinasyon ifadesini ve destinasyonların rekabetini etkileyen unsurları bir model önerisiyle açıklamıştır. Sözü edilen çalışmaya göre; turizm rekabet gücü yüksek olan destinasyon, o destinasyonda hayat süren bireylere kaliteli bir yaşam imkânı sunmaktadır. İnal (2003)’ın araştırmasında belirlediği temel faktörler; ekonomik performans, iş etkinliği, devlet etkinliği, yenilikler, yatırım ve altyapı çalışmaları gibi faktörlerdir. Mihalic (2000)’in çalışmasında destinasyon rekabeti, kültürel ve sosyal çevrede olduğu gibi turizm bileşenlerinin doğal ve insan yapımı olarak ayrıldığı çevresel bir görüş ile tanımlanmaktadır. Crouch’un (2007) araştırmasına göre; uzun vadede rekabet gücü en yüksek destinasyon, halkına en iyi imkanları sağlayandır şeklinde açıklanmıştır. Dwyer vd. (2001)’e göre turizmde rekabet gücünü etkileyen unsur, ülkede var olan turizm sektöründe ürün fiyatlarının rekabet seviyesi ile ilişkilidir. Kozak ve Rimmington (1999) destinasyon rekabetini nitel ve nicel açıdan değerlendirmeye almıştır. Nicel unsurları turist sayısı ve gelirleri şeklinde, nitel unsurları ise turistlerin beğendikleri ve beğenmedikleri şeklinde kategorize etmişlerdir. Buna göre, Türkiye’nin turizm endüstrisindeki olumlu yönleri yerli halkın konukseverliği, yerel ulaşım, güvenlik, doğal yiyecekler ve doğal çevre olarak belirlenmiştir. Kozak (2005) ise Türkiye’nin uluslararası turizm sektöründeki rekabet gücüne katkı sağlayan unsurun konukseverlik ve negatif yönde etkileyen unsurun ise fiziki uzaklık olduğunu belirtmiştir.

Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksinde Bulunan Rekabet Faktörleri (The Travel & Tourism (T&T) Competitiveness Index – Competitive Factors)

Seyahat ve Turizm Rekabet Raporu iki senede bir yayınlanan bir rapordur, 140 ülkenin Turizm & Seyahat rekabetçiliğini ölçmektedir ve bir ülkenin ilerlemesine, rekabet gücüne katkı veren Turizm& Seyahat sektörünün güçlenmesini sağlayan faktörler takımını ölçmektedir (TÜROB). Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu ilk olarak 2007’de yayınlanmıştır. Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi, Seyahat ve Rekabet Edebilirlik Raporu için ana unsurdur (The Travel & Tourism Competitiveness Index- TTCI). Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi rekabet faktörlerini dört kategoriye dayandırmaktadır. Bu kategoriler çevresel faktörler, alt yapı, turizm& seyahat politikası ve etkinleştirme, kültürel ve doğal kaynaklardır. Bu dört alt indeks 14 kriterden oluşmaktadır. Bunlar; Emniyet ve Güvenlik, İş Çevresi, İnsan Kaynakları ve İş Gücü Piyasası, Sağlık ve Hijyen, Bilgi İşlem Teknolojilerine Hazırlık, Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi, Fiyat Rekabeti, Uluslararası Açıklık, Çevresel Sürdürülebilirlik, Hava Taşımacılığı Altyapısı, Yer ve Liman Altyapısı, Turist Hizmet Altyapısı, Doğal Kaynaklar, Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati (WEF, 2019: 9).

Tablo 1. Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi Rekabet Faktörleri

Turizm& Seyahat Politikası ve Etkinleştirme
1.Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi
2.Uluslararası Açıklık
3.Fiyat Rekabeti
4.Çevresel Sürdürülebilirlik
Çevresel Faktörler
5. İş Çevresi
6.Emniyet ve Güvenlik
7.Sağlık ve Hijyen
8.İnsan Kaynakları ve İş Gücü Piyasası
9.Bilgi İşlem Teknolojilerine Hazırlık
Altyapı
10. Hava Taşımacılığı Altyapısı
11.Yer ve Liman Altyapısı
12.Turist Hizmet Altyapısı
Doğal ve Kültürel Kaynaklar
13. Doğal Kaynaklar
14.Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati

Kaynak: WEF (World Economic Forum). (2019), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 (Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu 2019).

Tablo 1’de yer alan turizm rekabet faktörlerini irdelediğimizde (WEF, 2019: 10-11); ‘Turizm& Seyahat Politikası ve Etkinleştirme’ faktöründe şu dört alt başlık yer almaktadır:

Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi başlıklı kriterde; Hükümetin T&T sektörüne öncelik verme derecesi T&T rekabet gücü hususunda büyük bir reaksiyona sahip olduğu ifade edilmektedir.

Uluslararası Açıklık kriterinde; Uluslararası olarak rekabetçi bir T&T sektörünün, belirli bir derecede açıklık ve seyahat kolaylığı gerektirdiği vurgulanmaktadır.

Fiyat Rekabeti kriterinde; bu sütunda dikkate alınan fiyat rekabetçiliğinin yönleri arasında uçak bileti vergileri ve uçak biletlerini çok daha pahalı hale getirebilecek havalimanı ücretleri; otel konaklamasının görece maliyeti satın alma gücü paritesi ile temsil edilen yaşam maliyeti ve seyahat maliyetini doğrudan etkileyen yakıt fiyatı maliyetleri yer almaktadır.

Çevresel Sürdürülebilirlik kriterinde; çevresel sürdürülebilirliği artıran politikalar ve faktörler, bir ülkenin varış noktası olarak gelecekteki cazibesini elde etmede mühim bir rekabet üstünlüğü olarak görülmektedir.

‘Çevresel’ faktörde şu beş alt başlık yer almaktadır:

İş Çevresi kriterinde; bu sütun, bir ülkenin şirketlere iş yapmaları için verimli bir politika ortamına ne ölçüde sahip olduğunu göstermektedir.

Emniyet ve Güvenlik kriterinde; Emniyet ve güvenlik, bir ülkenin T&T endüstrisinin rekabet gücünü belirleyen kritik faktörlerdir. Turistlerin tehlikeli ülke veya bölgelere seyahat etmekten caydırılması muhtemeldir, bu da bu yerlerde T&T sektörünü geliştirmeyi daha az çekici hale getirmektedir. Burada, terörizmin yanı sıra ortak suç ve şiddetin maliyetini ve suçtan koruma sağlamak için polis hizmetlerine ne ölçüde güvenebileceği hesaba katılmaktadır.

Sağlık ve Hijyen kriterinde; bu sütunda iyileştirilmiş içme suyu ve sanisyona erişim yolcuların konforu ve sağlığı için önemlidir. Turistlerin hastalanması durumunda, ülkenin sağlık sektörü, doktorların ve hastane yataklarının mevcudiyeti ile ölçüldüğü üzere, onlara uygun şekilde bakılmalarını sağlayabilmelidir. Buna ek olarak, yüksek HIV ve sıtma prevalansı, T&T işgücünün üretkenliği üzerinde bir tesire sahip olabilmektedir ve turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinin caydırılmasında rol oynayabileceği belirtilmektedir.

İnsan Kaynakları ve İşgücü Piyasası kriterinde; bu sütunun bileşenleri, ülkelerin eğitim ve öğretim yoluyla yeteneklerini ne kadar iyi geliştirdiğini ölçmekte ve bu yeteneklerin etkin bir işgücü piyasası aracılığıyla en iyi dağılımını geliştirmektedir.

Bilgi İşlem Teknolojilerine Hazırlık kriterinde; bu sütunun bileşenleri, yalnızca modern sabit altyapının (yani mobil ağ kapsamı ve elektrik tedarikinin kalitesi) varlığını değil, aynı zamanda işletmelerin ve bireylerin çevrimiçi hizmetleri kullanma ve sağlama kapasitesini de ölçmektedir.

‘Altyapı’ faktöründe üç alt başlık bulunmaktadır:

Hava Taşımacılığı Alt Yapısı kriterinde; bu sütunda, mevcut koltuk kilometresi, kalkış sayısı, havaalanı gibi göstergeleri kullanarak hava taşımacılığı miktarı ölçülüyor. İç ve dış hat uçuşları için hava taşımacılığı altyapısının kalitesi ve işleyen havayollarının yoğunluğu ve sayısı gibi faktörler bulunmaktadır.

Yer ve Liman Altyapısı kriterinde; Önemli iş merkezlerine ve turistik yerlere verimli ve erişilebilir ulaşımın mevcudiyeti T&T sektörü için çok önemli görülmektedir.

Turist Hizmet Altyapısı kriterinde; Yeterli kalitede konaklama ve tatil yerlerinin mevcudiyeti ve eğlence tesisleri ülkeler için mühim bir rekabet üstünlüğü sağlayabileceği vurgulanmaktadır. Araç kiralama ve ATM gibi hizmetlere erişim kapsamının tamamladığı otel odası sayısı ile turizm hizmet altyapısının düzeyi ölçülmektedir.

‘Doğal ve Kültürel Kaynaklar’ faktöründe şu iki alt başlık bulunmaktadır:

Doğal Kaynaklar kriterinde; Doğal varlıkları olan ülkeler açıkça bir rekabet avantajına sahiptir. Doğal varlıklar turistlerin ilgisini çekmektedir. Bu sütuna, UNESCO doğal Dünya Mirası alanlarının sayısı, peyzajının güzelliğini temsil eden doğal çevrenin kalitesinin bir ölçüsü, ülkedeki faunanın zenginliği gibi bir dizi çekicilik önlemi eklenmiştir.

Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati kriterinde; Bir ülkenin kültürel kaynakları, T&T rekabet gücünün diğer bir kritik itici gücüdür. Bu sütuna, UNESCO kültürel Dünya Mirası alanlarının sayısını, önemli spor veya eğlence

etkinliklerine ev sahipliği yapabilecek büyük stadyumların sayısını ve kültür ve eğlence için yeni bir dijital talep ölçüsünü, ilgili çevrimiçi aramaların sayısı dahil ediliyor. Bir ülkede gerçekleşen uluslararası dernek toplantılarının sayısı, en azından kısmen iş seyahatlerini yakalamak için dahil edilmiştir.

Yöntem

Araştırmada öncelikle turizm rekabeti, rekabet gücü kavramları ve turizmde rekabet gücünü etkileyen unsurlara yönelik olarak literatür taraması yapılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi esas alınmıştır ve veri sağlama aracı olarak doküman inceleme tekniği kullanılmıştır. Veriler Dünya Ekonomik Forumu (WEF) 2019 Seyahat ve Rekabet Edebilirlik Raporu'ndan elde edilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

Çalışmada, Türkiye ve Akdeniz çanağındaki rakipleri arasında turizm rekabet güçlerinin karşılaştırmalı analizi yapılmıştır. Akdeniz çanağındaki rakipler olarak İspanya, İtalya, Fransa, Yunanistan ve Kıbrıs ülkelerinin seçilmesinin sebebi literatürde yer alan turizm ve rekabet konulu çalışmalarda Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki en yakın rakiplerinin sözü edilen ülkelere oluşmasıdır. Ülkeler arasında karşılaştırma yapılırken Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik raporunda turizm& seyahat politikası ve etkinleştirme, çevresel faktörler, alt yapı, doğal ve kültürel kaynaklar olarak adlandırılan dört rekabet değişkeni, sözü edilen değişkenlerin 14 alt kriteri ve ülkelerin 140 ülke içerisindeki sıralamaları ölçüt olarak alınmıştır. Raporda bulunan seyahat ve rekabet edebilirlik endeksinde dört rekabet değişkeni ve 14 alt kriter, 1 en iyi- 7 en kötü olacak şekilde puanlanmıştır. Mevcut çalışmada araştırmaya dahil edilen ülkelerin turizmde rekabet edebilirlik güçleri, endeksteki puanlamalar doğrultusunda karşılaştırılmıştır.

Bulgular

Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Raporuna Göre Türkiye ve Akdeniz Çanağındaki Rakiplerinin Rekabet Düzeylerine İlişkin Bulgular

Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi (TTCI) ülke profili raporu; temel göstergeler, genel performans ve geçmiş performanslar olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Tablo 2'de temel göstergelere, tablo 3 ve 4'te Türkiye'nin genel performansına ilişkin bulgular yer almakta olup, tablo 5'te ise Türkiye ve Akdeniz çanağındaki rakiplerinin genel ve geçmiş performanslarına dair bulgular karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

Tablo 2. Temel Göstergeler

Ülkeler	Uluslararası Turist Gelişleri	Uluslararası Turizm Gelen Gelirleri	Variş Başına Ortalama Gelir	T&T Endüstrisi GSYİH	T&T Endüstrisi GSYİH İçindeki Payı	T&T Sektörü İstihdamı	T&T Sektörü İstihdam Payı
Türkiye	37.603.000	22.478,0 milyon ABD doları	524,5 US doları	33.783,9 milyon ABD doları	%4,3	532.100	%1,8
İspanya	81.868.500	68.114,1 milyon ABD doları	513,5 US doları	78.464,0 milyon ABD doları	%5,4	958.100	%5,0
İtalya	58.253.000	44.233,2 milyon ABD doları	456,5 US doları	117.336,8 milyon ABD doları	%5,6	1.543.100	%6,6
Fransa	86.917.700	60.680,7 milyon ABD doları	438,5 US doları	109.404,9 milyon ABD doları	%3,9	1.296.700	%4,6

Tablo 2. Temel Göstergeler (devamı)

Kıbrıs	3.652.100	3.128,1 milyon ABD doları	428,5 US doları	1,670,0 milyon ABD doları	%6,9	24.100	%6,3
Yunanistan	27,194,200	16.527,7 milyon ABD doları	443,5 US doları	18.309,9 milyon ABD doları	%8,5	485.500	%12,7

Kaynak: (UNWTO ve WTTC 2019 Turizm İstatistikleri)

Tablo 3. Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Raporunda Türkiye'nin Genel Performansı-2019

T&T Politikası ve Etkinleştirme		Altyapı		Doğal ve Kültürel Kaynaklar		Etkinleştirilen Ortam	
Sıralama 56	Sıralama (140 ülke)	Sıralama 38	Sıralama (140 Ülke)	Sıralama 27	Sıralama (140 ülke)	Sıralama 82	Sıralama (140 ülke)
Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi	39	Havayolu Ulaşım Altyapısı	20	Doğal Kaynaklar	77	İş Çevresi	71
Uluslararası Açıklık	52	Yer ve Liman Altyapısı	56	Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati	17	Emniyet ve Güvenlik	125
Fiyat Rekabeti	48	Turist Hizmet Altyapısı	37			Sağlık ve Hijyen	65
Çevresel Sürdürülebilirlik	126					İnsan Kaynakları ve İşgücü Piyasası	97
						BİT Hazırlığı	71

Kaynak: WEF (World Economic Forum). (2019), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 (Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu 2019).

Tablo 4. Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Raporunda Türkiye'nin Genel Performansı-2017

T&T Politikası ve Etkinleştirme		Altyapı		Doğal ve Kültürel Kaynaklar		Etkinleştirilen Ortam	
Sıralama 75	Sıralama (136 ülke)	Sıralama 38	Sıralama (136 ülke)	Sıralama 26	Sıralama (136 ülke)	Sıralama 82	Sıralama (136 ülke)
Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi	87	Havayolu Ulaşım Altyapısı	14	Doğal Kaynaklar	70	İş Çevresi	63
Uluslararası Açıklık	50	Yer ve Liman Altyapısı	54	Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati	16	Emniyet ve Güvenlik	116
Fiyat Rekabeti	70	Turist Hizmet Altyapısı	42			Sağlık ve Hijyen	64
Çevresel Sürdürülebilirlik	112					İnsan Kaynakları ve İşgücü Piyasası	94
						Bilgi ve İletişim Teknolojileri Hazırlığı	72

Kaynak: WEF (World Economic Forum). (2017), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 (Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu 2017).

Tablo 3 ve 4'ü değerlendirdiğimizde şunlar dikkat çekmektedir: 'T&T Politikası ve Etkinleştirme' faktöründe 2017'de 136 ülke arasında 87.sırada olan Türkiye, 2019'da 140 ülke arasında 56. sıraya yükselmiştir. 'Altyapı' faktöründe 2017 ve 2019 yıllarında bir değişiklik yaşanmamıştır ve 38.sırada yer almıştır. 'Doğal ve Kültürel Kaynaklar' faktöründe 2017'de 26.sıradayken 2019'da bir basamak gerileyerek 27.sırada konumlanmıştır. 'Etkinleştirilen Ortam' faktöründe ise 2017 ve 2019 yıllarında bir fark olmamakla birlikte 82.sırada yer almıştır.

2009 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksine göre Türkiye 56. sırada bulunurken 2011 yılında 6 basamak daha ilerleyerek 50. sıraya yükselmiştir. 2013 yılında ise dört basamak ilerleyerek 46. sıraya yerleşmiştir. 2015 ve 2017 senelerinde ise bir basamak düşerek 44. sıraya gerilemiştir. 2019 yılına bakıldığında bir basamak yükselerek 43.sıraya sıraya yerleşmiştir. Buradan anlaşılmaktadır ki Türkiye kendini belirli konularda geliştirmiş ve sıralamada yükselişe geçmiştir.

Rapora göre Türkiye'ye katkı sağlayan faktörler; kültürel ve turistik potansiyeline dair ve hava taşımacılığı altyapısına dair veriler altında toplanmaktadır. Ancak en büyük sorunlar çevresel sürdürülebilirlik, emniyet güvenlik, insan kaynakları ve işgücü piyasası alanlarında ortaya çıktığı görülmektedir. Turizm, çevreden etkilenen ve onu da etkileyen çok yönlü ilişkilerden oluşur. İlgi alanları öncelikle doğal çevre ve kültür olan eko turistler, her geçen gün gelişen bir pazar oluşturmuşlardır (Batman & Zengin, 2002). Bu bakımdan çevresel sürdürülebilirlik hususu Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki önemli rakipleriyle rekabet yarışında kritik bir öge olarak görülmektedir. Diğer yandan şiddet, suç ve yaşanan terör olayları Türkiye'ye turizm rekabeti bakımından olumsuz puan yazdıran diğer önemli faktörlerdendir (WEF, 2019).

Türkiye zengin kültürel mirası bakımından her iki raporda da dünya sıralamalarında ön sıralarda (2019-17.sıra/2017-16.sıra) yer almıştır. Bakıldığında iki raporda da çevresel sürdürülebilirlik, sağlık ve hijyen, emniyet ve güvenlik, insan kaynakları ve işgücü piyasasında notu olumsuzdur. Türkiye'nin özellikle 2019 raporunda çevresel sürdürülebilirlik ve emniyet ve güvenlik faktörlerinde 126 ve 127. sırasıyla bu alanlarda iyileştirmeler yapması gerektiği görülmektedir. Seyahat ve turizmin önceliklendirilmesi faktöründe ise 2019 yılında 2017'ye göre ilerleme kaydederek 39.sıraya yükselmiştir ve görece olarak daha iyi bir konumdadır. Altyapı endeksinin içerisinde havayolu ulaşım, yer ve liman altyapısı ve turist hizmet altyapısı bulunmaktadır. Türkiye bu unsurlar arasında havayolu ulaşım altyapısı hususunda 20.sırada yer almasıyla iyi bir konumda bulunurken turist hizmet altyapısında 37.sırada göreceli olarak iyi bir konumdadır ve yer ve liman altyapısında 57.sırada yer almasıyla biraz daha geliştirilmesi gereken bir ölçüt olarak görülmektedir. Diğer alt endeks olan doğal ve kültürel kaynaklar başlığı kültürel kaynaklar ve doğal kaynaklar ve iş seyahati alt faktörlerinden oluşmaktadır. Türkiye sahip olduğu kültürel kaynaklar ve iş seyahati faktöründe 17.sırada bulunurken, doğal kaynaklar unsurunda 70.sıradadır.

Diğer bir faktör olan fiyat rekabeti konusunda iki rapor karşılaştırıldığında 2019 yılında ilerleme kaydedildiği anlaşılmaktadır. Türkiye turistik ürünlerin ucuz bir fiyata verildiği ülkedir dolayısıyla bu durum ülkeye gelen turist sayısını arttırmaktadır. Son yıllarda Türkiye'ye yönelik dış turizm talebinde görülen artışın en önemli etkenlerinden biri, İspanya ve İtalya gibi ülkelere kıyasla Türk turizm ürününün fiyatının düşük olmasıdır (Batman, 2001). Tüm bunların yanında turizm gelirleri aynı şekilde artmamaktadır bunun sebebi ucuz ürün verildiği için hizmetin kalitesi düşmüştür. Bilgi ve iletişim teknolojileri hazırlığı konusunda ise pek bir ilerleme kaydedilemediği görülmektedir. Türkiye'nin bu hususta daha çok çaba harcaması gerekmektedir.

Kısaca özetleyecek olursak; Türkiye'nin rekabet gücüne katkı sağlayan unsurlar hava ulaşım altyapısı, kültürel kaynaklar, turist hizmet altyapısı, turizm altyapısındaki gelişmeler, iş seyahatleri, politik kural ve düzenlemeler, seyahat ve turizm istek eğilimidir. Türkiye'nin rekabet gücüne olumsuz puan yazdıran unsurlar ise; çevresel sürdürülebilirlik, güvenlik, insan kaynakları ve işgücü piyasası ve doğal kaynaklardır. Detaya girilirse trafik kazaları, terör, cinayet ve şiddet, doğal kaynakların korunması, sağlık önlemleri, doktor sayısı, yer ve liman alt yapısı internet kullanımı, internet aboneliği gibi faktörler olabilir.

Bu çalışma ile sağlanan verilere göre Türkiye beşeri ve doğal kaynaklarda, güvenlik& emniyet, çevresel sürdürülebilirlik, insan kaynakları ve işgücü piyasası, iş çevresi konularında rekabet üstünlüğü kazanarak pozisyonunu geliştirebilir. Türkiye; güvenlik konusunda alacağı tedbirlerle ve çevresel sürdürülebilirlik konusuna yönelik yapacağı çalışmalar ile turizm rekabet gücünü arttırabilir.

Tablo 5'te Türkiye ve Akdeniz çanağındaki rakiplerinin genel ve geçmiş performanslarına dair bulgular karşılaştırmalı olarak yer almaktadır.

Tablo 5. Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Raporu-2019: Türkiye ve Akdeniz Çanağındaki Rakiplerinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi

Ülke/Ekonomi	Avrupa Bölgesel Sıra	Genel Sıra (2019)	Genel Sıra (2017)	Genel Sıra (2015)	Genel Puan (2019)	T&T Politikası ve Etkinleştirme		Etkinleştirilen Oram		Altyapı		Doğal ve Kültürel Kaynaklar	
						Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan
İspanya	1	1	1	1	5.4	10	4.9	33	5.5	4	5.6	3	5.7
Fransa	2	2	2	2	5.4	23	4.8	28	5.6	11	5.4	2	5.9
İtalya	8	8	8	8	5.1	75	4.4	57	5.2	17	5.0	4	5.7
Yunanistan	25	25	24	31	4.5	26	4.8	58	5.2	26	4.8	25	3.4
Türkiye	43	43	44	44	4.2	56	4.5	82	4.6	38	4.4	27	3.3
Kıbrıs	44	44	52	36	4.2	38	4.7	32	5.5	33	4.6	91	2.1

Kaynak: WEF (World Economic Forum). (2019), The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 (Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Raporu 2019).

Tablo 5'e göre; Türkiye rekabet düzeyleri açısından 4.2 puan ile Akdeniz çanağındaki rakiplerinin içerisinde 43.sıraya yerleşmiştir. Türkiye turizm bakımından çok elverişli bir ülke olmasına rağmen Akdeniz çanağındaki rakipleri ile rekabet edebilirlik seviyesi bakımından daha fazla gayret etmesi gereken durumlar söz konusudur. Türkiye'nin rakiplere göre gelişmesi gereken yönleri; çevresel sürdürülebilirlik, güvenlik, insan kaynakları ve iş gücü piyasası ve doğal kaynaklardır. Bunun yanında rakiplere göre olumlu yönleri ise; kültürel kaynaklar, hava ulaşım altyapısı, turist hizmet altyapısı, iş seyahatleri, turizm altyapısındaki gelişmeler, seyahat ve turizm istek eğilimi, politik kural ve düzenlemelerdir. Tabloya göre; İspanya endekste (TTCI) tüm ülkeler içerisinde birinci sırada bulunmaktadır. Fransa ve İtalya 2. ve 8. Sırada iken Yunanistan 25. sırada Kıbrıs ise Türkiye'nin bir basamak gerisinde kalarak 44. sıradadır.

İspanya yaklaşık olarak tüm endekslerde iyi bir başarı göstermiştir. Özellikle zengin doğal ve kültürel kaynaklar ve etkileyici turist hizmetleri altyapısı sayesinde dünyadaki en T&T rekabet ülkesi olmaya hak kazanmıştır. Fransa, kültürel kaynaklar ve iş seyahatleri ve olağanüstü doğal kaynaklar için dünyanın en iyi puanlarından biri sayesinde Batı Avrupa'daki en rekabetçi T&T ekonomisi olmuştur. İtalya alt bölgenin en büyük T&T ekonomisine sahiptir ve dünya standartlarında doğal ve kültürel kaynaklardan yararlanmaktadır, ancak nispeten elverişsiz bir iş ortamı

tarafından geri çekilmektedir. Kıbrıs, alt bölgede en gelişmiş ancak en az rekabetçi olanıdır. Ülke, çevresel sürdürülebilirlik ve doğal ve kültürel kaynaklar için küresel ve Avrupa ortalamalarını takip etmektedir. Buna rağmen Kıbrıs, alt bölgenin BİT (bilgi ve iletişim teknolojileri hazırlığı) ve hava, kara ve liman altyapısını kapsayan sütunlarda en büyük artış yüzdesini yaşamıştır (WEF, 2019). Yunanistan ise sağlık ve hijyen, turizm ve seyahati önceliklendirme, hava ulaşım alt yapısı, turist hizmet alt yapısı ve kültürel kaynaklar ve iş seyahati faktörlerinde iyi bir konumdadır. İş çevresi faktöründe ise geride kalmaktadır.

Uluslararası turizm hareketlerinin odak noktasının Avrupa, Avrupa içerisinde de Akdeniz havzası olduğu bilinmektedir. Türkiye, Doğu Akdeniz ülkeleri kapsamında yer alan Güney Kıbrıs, İsrail, Mısır ülkeleri arasında Doğu Akdeniz turizminden en fazla pay alan ülkedir. Akdeniz bölgesindeki dört ülkeye baktığımızda ise (Fransa, İspanya, İtalya ve Yunanistan) bölgedeki uluslararası turist trafiğinin oldukça büyük bir bölümüne sahip bulunmaktadır (Batman, 2001).

İspanya, Fransa, İtalya ve Yunanistan Akdeniz çevresinde bulunan ve AB üyesi olan, turizm sektöründe Türkiye'den çok önce yer almış ve bugüne kadar önemli anlaşma sağlamış ülkelerdir. Özellikle Fransa, İspanya ve İtalya en çok kazandıran turistik ülkeler arasında üst sıralarda yer almaktadır. Yunanistan'ın başlangıcı daha sonra olmasına rağmen, potansiyeline kıyasla önemli miktarda takas alabilirdi. Fransa, yaz tatillerinin yanı sıra oldukça geniş bir kış tatili, kültür, kır ve iş turizmi potansiyeline sahiptir. Grand Tours" dan bu yana tarihsel gelişimin eski bir geçmişi sahip olması, Fransa'nın turizmdeki üstünlüğünü gösteriyor (Batman & Zengin, 2002).

Batman ve Zengin (2002)'e göre Türkiye ve Akdeniz çanağındaki rakiplerinin genel bir değerlendirmesi yapıldığında şunlardan söz edilebilir; Türkiye, bir Akdeniz ülkesi olmanın ve Karadeniz kıyılarında uzanmanın yanı sıra, her tarafı denizlerle çevrili, iç deniz gibi görünen Marmara Denizi ve Yunanistan ile onun arasında Ege Denizi ile çevrili bir yarımadadır. Avrupa ile Asya arasında bir köprü vazifesi gören bir ülkedir, bu nedenle birçok kültürün etkileşime girmesine neden olan geçiş hedefine yerleştiriliyor. Doğu ve batının bir sentezi olması nedeniyle olağanüstü kültürel varlıkları ile dikkat çekiyor. Dört mevsimi aynı anda farklı coğrafyalarda yaşama şansı bulan Türkiye, çok çeşitli iklime sahiptir. İklim ve coğrafi yapı her türlü turizm faaliyetine (sahil, kış, dağ, kır, kuş gözlemciliği, spor vb.) imkan sağlamaktadır. Erken tarihin başlangıcından itibaren pek çok medeniyete ev sahipliğinde bulunmuş nedeniyle Türkiye'nin herhangi bir köşesinde tarihin herhangi bir dönemine ait arkeolojik kalıntılara rastlamak mümkündür. Tüm AB üyesi Akdeniz ülkeleri olan turizm sektöründeki rakipleri Fransa, İspanya, Yunanistan'ın aksine Türkiye'nin sektördeki geçmişi çok uzun değildir. Geç katılıma rağmen önemli ilerleme sağlanmıştır. Akdeniz çevresinde bulunan Fransa, İspanya, İtalya, Yunanistan ve Türkiye için de önemli bir takas geliri sağlayan ve uluslararası turizm faaliyetlerinde önem arz eden bir yere sahip olan turizmin sürdürülebilirliği için arz kaynaklarının korunması gerekmektedir.

Fransa'da turizmden sorumlu en yüksek bölüm Turizm Bakanlığı'dır. Bakanlık, Fransız Turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlayacak teşvikleri hayata geçirerek Fransız turizminin diğer Avrupa ve dünya ülkeleriyle turizmde rekabet etmesine yardımcı oluyor. Türkiye, kendine özgü bakir doğası ile Akdeniz çanağındaki rakiplerinden farklı olarak zengindir. Birçok kadim medeniyetin, misafirperver insanların bıraktığı kültürel miras ve rakiplerine kıyasla en modern, en hijyenik, yüksek hizmet kalitesi standartlarına sahip turistik tatil beldeleri, mavi bayraklı plaj sayısı ve eğitimli insan gücüyle lider olmaya adaydır.

Yunanistan ise gerek kültürel özelliği gerekse turistik özellikleriyle Avrupa'nın turizm sektörünün önde gelen ülkelerinden biridir. Yunanistan turizm politikalarının temel hedefleri; turizm sektörünün rekabet gücünü kuvvetlendirmek için hizmet kalitesini iyileştirerek genel altyapıyı iyileştirmek, boş ve eksik kapasiteden yararlanmak, dengeli bir tedarik modeli uygulamak, bir ortam hazırlamak ve uygulamaktır.

Dünya turizminde ilk sıralarda bir Akdeniz ülkesi olan İspanya yer almaktadır. İspanyol turizminin önemli bir özelliği konaklama türleri ile ilgilidir. Çok sayıda ziyaretçi daire, müstakil ev, bungalow veya kiralık ev, ikinci rezidans ve geçici konut gibi otellerden farklı olarak konaklama tesislerinde kalmaktadır. İspanya'nın oteller haricindeki konaklama türleri dünyada önemli bir konuma sahiptir. İtalya ise geleneksel olarak Avrupa'nın en popüler turizm merkezlerinden biridir. Akdeniz'de deniz kenarlarının yanı sıra kış sporları turizmi ve tatillere de hizmet veren İtalya, kültür turizmi açısından da çok önemli bir ülkedir. Coğrafi konumu, iklimi ve doğal güzellikleri ile oldukça cazip bir turizm ülkesi olan İtalya, dünyanın tarihi ve sanatsal özelliklerinin önemli bir kısmına sahip olduğunu göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Türkiye'nin ve Akdeniz çanağındaki rakiplerinin rekabet edilebilirlik düzeyleri irdelenmiştir. Seyahat ve Turizm (T&T) Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporu'nda yer alan 4 ana kategori (T&T Politikası ve Etkinleştirme, Altyapı, Etkinleştirilen Ortam, Doğal ve Kültürel Kaynaklar) ve 14 kritere (İş Çevresi, Emniyet ve Güvenlik, Sağlık ve Hijyen, İnsan Kaynakları ve İşgücü Piyasası, Bilgi ve İletişim Teknolojileri Hazırlığı, Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi, Uluslararası Açıklık, Fiyat Rekabeti, Çevresel Sürdürülebilirlik, Havayolu Ulaşım Altyapısı, Yer ve Liman Altyapısı, Turist Hizmet Altyapısı, Doğal Kaynaklar, Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati) göre Türkiye ve Akdeniz Çanağındaki rakiplerinin rekabet düzeyleri incelenmiştir. Bu çalışma öncelikle Türkiye olmak üzere İspanya, Fransa, İtalya, Yunanistan ve Kıbrıs ülkeleri üzerinde durmaktadır. Bu ülkelerin Seyahat & Turizm Rekabet Edebilirlik Raporunda rekabet düzeylerinin nasıl değerlendirildiği ortaya konmaya çalışılmıştır.

Akdeniz çanağında üst sıralarda yer alan rakipler; olağanüstü doğal ve kültürel kaynakları turizm ve seyahati önceliklendirme ve etkileyici turist hizmet alt yapısı sayesinde birçok turist için cazibe merkezi konumundadır. Elbette tüm bunların yanında ülkenin ve yerli halkın turizme hoşgörü ile yaklaşması da önemli bir faktördür. Türkiye'den bir basamak geride olan Kıbrıs ise, alt bölgede en gelişmiş ancak en az rekabetçi olanıdır.

Türkiye sahip olduğu zengin kültürel mirası bakımından ön sıralarda yer almaktadır. Bir diğeri ise havayolu altyapısında kaydedilen ilerlemeler ve sektöre kazandırılan yatırımlar ülkede turizmin büyümesini sağlamıştır. Türkiye'nin rekabet gücünü azaltan faktörlere baktığımızda ise, özellikle göze çarpan hususlar; çevresel sürdürülebilirlik, emniyet ve güvenlik, insan kaynakları ve işgücü piyasası faktörleridir. Detaya inildiğinde ise, Türkiye'nin rekabet gücüne olumlu etki yapan faktörler; Büyük Araç Kiralama Şirketlerinin Varlığı (1.sırada), Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati açısından (17.sırada), Dünya Mirası Kültürel Alan Sayısı (11.sırada), Sözlü ve Somut Olmayan Kültürel Miras (5.sırada), Yıllık Turizm ve Seyahat Verilerinin Kapsamlılığı (7.sırada), Aylık Turizm ve Seyahat Verilerini Sağlamanın Zamanında Yapılması (8.sırada), Otel Fiyat Endeksi (8.sırada), Spor Stadyumları (18.sırada), Kültür ve Eğlence Turizmi Dijital Talebi (27.sırada), Hava Ulaşımı Altyapısı (20. Sırada), Turizm Altyapısının Kalitesi (13.sırada), Mevcut Koltuk Kilometresi (11.sırada), Uluslararası Mevcut Koltuk Kapasitesi (17.sırada), Çalışan Havayolu Sayısı (13.sırada), Doğal Turizm Dijital Talebi (30.sırada), Dünya Mirası Olan Doğal Sitelerin Sayısı (50. Sırada). Turizm ve Seyahat Turizm Harcamalarıdır (30.sırada).

Türkiye'nin rekabet düzeyi ortaya seviyede olan faktörler; İş çevresi boyutu (71. Sırada), Sağlık ve Hijyen boyutu (65. Sırada), Hekim Yoğunluğu (72.sırada), Hastane Yatakları (60.sırada), Müşterilerin Tedavisi (71.sırada), Bilgi İşlem Teknolojilerine Hazırlık alt faktörü (71.sırada), İşletmeler Arası İşlemler İçin Bilgi İşlem Teknolojileri Kullanımı (72.sırada), Mobil Geniş Bant Abonelikleri (64.sırada), Seyahat ve Turizmin Hükümet Önceliklendirilmesi (61.sırada), Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gelişiminin Sürdürülebilirliğidir. (61.sırada)

Türkiye'nin rekabet düzeyinin geliştirilmesi gerektiği faktörler ise; Suç ve Şiddetin Ticari Maliyetleri (106.sırada), Polis Hizmetlerinin Güvenilirliği (90.sırada), Terörizmin Ticari Faaliyetleri (128.sırada), Terörizmin Vakası Endeksi (134.sırada), Personel Eğitiminin Kapsamı (107.sırada), Kalifiye Eleman Bulma Kolaylığı (117.sırada), Ödeme ve Verimlilik (95.sırada), Kadınların İşgücüne Katılımı (126.sırada), Cep Telefonu Abonelikleri (103.sırada), Elektrik Arzının Kalitesi (89.sırada), Turist Çekmek İçin Pazarlama ve Markalaşmanın Etkinliği (87.sırada), Ülke Marka Stratejisi Değerlendirilmesi (109.sırada), Yakıt Fiyatı Seviyeleri (122.sırada), Çevre Düzenlemelerinin Sıklığı (94.sırada), Çevre Düzenlemelerinin Uygulanması (90.sırada), Çevre Anlaşması Onayı (125.sırada), Temel Su Stresi (114.sırada), Tehdit Altındaki Türleri (105.sırada), Toplam Korunan Alanlarıdır. (137.sırada)

Kamuya Yönelik Öneriler

- ✓ Çevresel Sürdürülebilirlik, İş Çevresi, İnsan Kaynakları ve İş Gücü Piyasası ile Sağlık ve Hijyen faktörlerine ilişkin mevcut stratejilerin geliştirilmesi ve iyileştirmelerde bulunulması gerekmektedir.
- ✓ Türkiye'nin mevcut turizm rekabet gücünü koruması ve arttırması için sıralamadaki yerinin iyi olduğu faktörleri sürdürülebilir kılmasının yanında öncelikli olarak rekabet gücünü zayıflatan faktör ve göstergelerde iyileştirici politikaların hayata geçirilmesi önerilir.
- ✓ Devlet ve özel sektör birlikte çalışarak, uluslararası turizm pazarındaki yenilikleri ve girişimleri takip etmelidir.
- ✓ Endekste bulunan uyarılar dikkate alındığı takdirde ülkenin turizm potansiyelinin etkin ve verimli bir biçimde değerlendirebileceği bu hususta rekabet gücünü arttırılabileceği düşünülmektedir.

Özel Sektöre Yönelik Öneriler

- ✓ Personel eğitimi kapsamında programlar düzenlenmeli ve bu programların sürdürülebilir olması sağlanmalıdır.
- ✓ Turizm işletmeleri için personel iç müşteridir ve iç müşterinin memnuniyeti dış müşteriyi yani dışarıdan gelen turistin memnuniyetini etkilemektedir. Bu hususta personelin memnuniyetinin sağlanması işletmelerin rekabet gücünü pozitif yönde etkileyeceği düşünülmektedir.
- ✓ İçinde bulunduğumuz pandemi dönemini de kapsayacak bir öneri getirmek gerekirse sağlık ve hijyen faktörü daha fazla ön plana alınmalıdır.
- ✓ Turist çekmek adına uluslararası rakiplerin pazarlama stratejileri incelenerek stratejik pazarlama hususunda ilerleme kaydetmek için adımlar atılabilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- ✓ Dünya Ekonomik Forumu'nun gelecek dönemde yayınlacağı raporların da incelenmesi Türkiye'nin rekabet gücünü etkileyen faktörlere ilişkin mevcut durumunu belirlemede fayda sağlayacaktır.
- ✓ Türkiye'nin bu rakipler dışındaki başka ülkelerle karşılaştırmalı analizi de yapılarak rekabet gücü daha geniş bir perspektiften incelenebilir.
- ✓ Türkiye'nin bölgelerarası turizm rekabeti karşılaştırması yurt içi destinasyonlar bazında da yapılarak araştırma konularına dahil edilebilir.

KAYNAKÇA

- Aydemir, B., Saylan, U. & Aydoğmuş, F. (2014). *Turizmde rekabet: seyahat ve turizm (T&T) rekabet edebilirlik raporunda Türkiye'nin ve Avrupa'nın değerlendirilmesi*, 18(1), ss. 3.
- Angelkova, T., -Koteski, C., Jakovlez, Z., & Mitrevska, E. (2012). Sustainability and competitiveness of tourism, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 221-227.
- Batman, O. (2001). Uluslararası turizmde Akdeniz havzası ve Türkiye: turizmde son değerlendirmeler, *Expo Turistik*, 3(3): 52-58.
- Batman, O., & Zengin, B. (2002), The Mediterranean European Union Countries and Turkey in the aspect of sustainable tourism. G. Wolfgang, H. Gürak ve K. İnat (Ed.), *Orient and Occident* içinde. LIT WERLAG Münster- Hamburg-London.
- Crouch, G. I. (2007). *Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Australia.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity, *Journal of Business Research*, 44 (3): 137–152.
- D'Hautserre, A. M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort, *Tourism Management*, 21 (1): 23–32.
- Dimoska, T., & Trimcev, B. (2012). Competitiveness strategies for supporting economic development of the touristic destination, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 279-288.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations, *Tourism Management*, 21 (1), 9-22.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2001). *PPPs and the price competitiveness of international tourism destinations*, *Joint World Bank-OECD seminar on purchasing power parities*, Recent Advances in Methods and Applications, Washington D.C.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2002). Destination price competitiveness: exchange rate changes versus domestic inflation, *Journal of Travel Research*, C. 40, S. 3, s. 328-336.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach, *Tourism Management*, 25 (6), 777-788.
- Goodrich, J. N. (1977). Differences in perceived similarity of tourism regions: a spatial analysis, *Journal of Travel Research*, 16 (1): 10-13.
- Gümüş, M. (2002). *Yönetimde başarı için altın kurallar*, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Güripek, E. (2013). *Turizm destinasyonlarının rekabet gücünün artırılmasında stratejik destinasyon yönetimi: Çeşme-Alaçatı destinasyonu üzerine bir uygulama*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Haahti, A. J., & Yavas, U. (1983). Tourists' Perceptions of Finland and Selected European Countries as Travel Destinations, *European Journal of Marketing*, 17 (2): 34-42.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, 38 (3): 239-245.
- Hong, W.C. (2008). *Competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from economic and management points*, Physica-Verlag Heidelberg.
- Heath, E., & Wall G. (1992). *Marketing tourism destinations: a strategic planning approach*. Canada: J. Wiley.
- İnal, G. A. (2003). *A study into competitiveness indicators*, TÜSİAD Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu (REF).
- Koç, E. (2009). A review of country tourism competitiveness, research performance and overall country competitiveness, competitiveness review: *An International Business Journal incorporating Journal of Global Competitiveness*, 19 (2), 119-133.
- Kozak, M. (2007). *Türkiye'nin uluslararası turizmde rekabet düzeyi konusunda yürütülen çalışmaların genel bir analizi*, Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Çeşme, İzmir, 419-425.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings, *Hospitality Management*, 18 (3): 273-283.
- Kılıç, B., & Esen, F. (2017). Destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörler: Fethiye ve Marmaris turizm destinasyonlarında karşılaştırmalı bir analiz, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt.10 S. 49.
- Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2019 yılı turizm istatistikleri, [<https://www.unwto.org/tourism-statistics-data>], (Erişim Tarihi: 27.03.2021).
- Mazanec, J. A., & Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum reports, *Tourism Economics*, 17 (4): 725-751.
- Mihalic, T. (2000), Environmental management of a tourist destination: a factor of tourism competitiveness, *Tourism Management*, 21 (1): 65-78.
- Özer, K.O. (2012). *Türk turizm endüstrisinin uluslararası rekabet gücünün değerlendirilmesi: elmas modeli ile Türkiye ve İspanya karşılaştırılması*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Pearce, D.G. (1997). Competitive destination analysis in Southeast Asia, *Journal of Travel Research*, 35 (4): 16-24.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch G. I. (2003). *The competitive destination*. England: CABI Publishing.
- WEF (World Economic Forum). (2017), *The travel & tourism competitiveness report 2017 (seyahat ve turizm rekabet edebilirlik raporu 2017)*. [<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>] (Erişim Tarihi: 27.03.2021).
- WEF (World Economic Forum). (2019). *The travel & tourism competitiveness report 2019 (seyahat ve turizm rekabet edebilirlik raporu 2019)*, [<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>] (Erişim Tarihi: 27.03.2021).

WTTC (World Travel & Tourism Council). 2019 yılı turizm istatistikleri
[<https://wtcweb.on.uat.co/Research/Economic-Impact>] (Erişim Tarihi: 27.03.2021)

A study on the Comparative Analysis of Turkey and its Mediterranean Competitors in the Travel and Tourism (T&T) Competitiveness Report

M. Sena YILDIRGAN

Sakarya University of Applied Sciences, Graduate School of Education, Sakarya/Turkey

Said KINGIR

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Turkey

Orhan BATMAN

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Turkey

Extensive Summary

Purpose of the Research

The aim of the study is to examine the factors that determine the competitiveness of the Turkish tourism sector with its important competitors in the Mediterranean basin.

Research Questions

What are the factors that determine Turkey's tourism competitiveness? What are the positive and negative aspects of Turkey's tourism sector compared to its important competitors in the Mediterranean region? How can Turkey increase its competitiveness compared to its competitors in the Mediterranean region?

Literature Review

In the research, a literature review was conducted for the concepts of tourism competition, competitiveness and the factors affecting competitiveness in tourism. Since the concept of competition is a multidimensional, dynamic, complex and comprehensive concept, there are many definitions of the concept of competition in the relevant literature. In many studies on tourism and competition, the factors affecting competitiveness in tourism have been tried to be determined. The factors identified in the aforementioned studies are economic performance, government efficiency, investment and infrastructure works, the competitiveness level of the prices of tourism products, the hospitality of the local people, security and the natural environment.

Methodology

Qualitative research method was taken as basis in the research and document analysis technique was used as a data acquisition tool. Data were obtained from the World Economic Forum (WEF) 2019 Travel and Tourism Competitiveness Report. Descriptive analysis method was used in the analysis of the data. In the study, a comparative analysis of tourism competitiveness between competitors in Turkey and the Mediterranean Basin was made. Spain, Italy, France, Greece and Cyprus were selected as the competing countries included in the study. The reason for choosing these countries is that in the studies on tourism and competition in the literature, Turkey's closest competitors in the Mediterranean basin consist of the mentioned countries. When making comparisons between countries, four competitive variables called tourism & travel policy and activation, environmental factors, infrastructure, natural and cultural resources, 14 sub-criteria of the mentioned variables and the ranking of countries

within 140 countries were taken as criteria in the Travel and Tourism Competitiveness report. In the travel and tourism competitiveness index in the report, four competitive variables and 14 sub-criteria were scored as 1 best- 7 worst. In the current study, the competitiveness of the countries included in the research was compared in line with the scores in the index.

Results and Conclusions

According to the findings of the research, Turkey is ranked 43rd among its competitors in the Mediterranean basin with 4.2 points in terms of competition levels. Factors contributing to Turkey's competitiveness are air transportation infrastructure, cultural resources, tourist service infrastructure, developments in tourism infrastructure, business travel, political rules and regulations, travel and tourism demand trend. The factors that put a negative score on Turkey's competitiveness are; environmental sustainability, safety, human resources and labor market and natural resources.

While France and Italy are in the 2nd and 8th place, Greece is in the 25th place, while Cyprus is in the 44th place, one step behind Turkey. Spain performed well in nearly all indices. Especially thanks to its rich natural and cultural resources and impressive tourist services infrastructure, it has earned the right to be the most competitive T&T country in the world. France has been the most competitive T&T economy in Western Europe, thanks to cultural resources and business travel, and one of the world's top ratings for outstanding natural resources. Italy has the sub-region's largest T&T economy and benefits from world-class natural and cultural resources, but is held back by a relatively unfavorable business climate. Cyprus is the most developed but least competitive in the sub-region. The country follows the global and European averages for environmental sustainability and natural and cultural resources. Greece, on the other hand, is in a good position in terms of health and hygiene, prioritizing tourism and travel, air transport infrastructure, tourist service infrastructure and cultural resources, and business travel factors. It lags behind in the business environment factor.

According to the results of the study, Turkey is at the forefront in terms of its rich cultural heritage. Another is the progress made in the airline infrastructure and the investments made in the sector, which led to the growth of tourism in the country. Competitors ranked high in the Mediterranean dish; It is a center of attraction for many tourists thanks to its extraordinary natural and cultural resources, prioritizing tourism and travel, and impressive tourist service infrastructure. Of course, in addition to all these, the tolerance of the country and the local people to tourism is an important factor. Cyprus, one step behind Turkey, is the most developed but least competitive in the sub-region.