

## Yurtiçi – Yurtdışı Talep Göstergeleri ile Turizm Sektörünün Yarattığı Gelir ve Harcama Kapasitesinin Muğla İli Bazında İrdelenmesi

Kadir Baysal<sup>1</sup>, Melahat Yıldırım Saçılık<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Marmaris Turizm Meslek Yüksekokulu

<sup>2</sup>Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu

\*Sorumlu Yazar

E-mail: kadirbaysal@mu.edu.tr

Geliş Tarihi: 15 Ekim 2019

Kabul Tarihi: 20 Aralık 2019

### Özet

Turizm, milli gelire olan katkısının yanında; döviz kazandırıcı yönü, ödemeler dengesindeki açıkları kapatma özelliği ve sağladığı iş olanakları açısından, ekonomik ve sosyal dengelerin canlanmasında önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda, etkin bir pazarlama ve tanıtım aracı olması sebebiyle, makro ve mikro bazda rekabet avantajı elde etmede turizm sektörü büyük önem arz etmektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye'nin uluslararası alanda rekabet edebilmesinde Muğla destinasyonundaki turizm sektörü gelir ve harcama kapasitesinin rolünü belirlemektir. Doküman analizi kullanılarak yapılan bu çalışmada Türkiye ve Muğla iline ait Turizm İstatistikleri ele alınarak, yurtiçi-yurtdışı talep göstergeleri irdelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Doküman Analizi, Milli Gelir, Rekabet Avantajı, Turizm.

## Examining the Income and Expenditure Capacity of Tourism Sector Based on Muğla Province With Domestic - Foreign Demand Indicators

### Abstract

Besides the tourism aspect of earning foreign exchange contribution to national income, the feature is turned off in terms of balance of payments and employment opportunities it provides, plays an important role in the revival of economic and social balance. At the same time, tourism sector is of great importance in terms of achieving competitive advantage in macro and micro basis because it is an effective marketing and promotion tool. The aim of the study Turkey's Muğla destinations in revenue in the tourism sector to compete internationally and to determine the role of spending capacity. The study was performed using document analysis by considering Tourism Statistics of Turkey and Muğla province, domestic and foreign demand indicators were examined.

**Keywords:** Document Analysis, National Income, Competitive Advantage, Tourism.

### 1.Giriş

Makroekonomi kapsamında ulusal gelir hesaplamaları, toplam talep, toplam arz, yatırımlar, tasarruflar, devlet harcamaları, dış ticarete ait büyüklükler, para arzı, para talebi, enflasyon ve işsizlik başta olmak üzere çok sayıda konunun turizm sektörüyle ilişkisi kurulduğunda turizmin ekonomiler açısından taşıdığı önem ortaya çıkmaktadır (Yağcı,2007: 10). Gündüz ve Hatemi (2005), Türkiye'nin ekonomik büyümesine turizmin katkısının olumlu yönde gerçekleştiğini ve turizme dayalı büyüme hipotezinin Türkiye için geçerli olduğunu öne sürmüşlerdir.

Turizm, II. Dünya Savaşı'ndan sonra uluslararası turizm hareketlerinin gelişmesiyle birlikte dünya ekonomisi içerisinde önemli bir sektör haline gelmiştir. Telekomünikasyon, bilgi ve ulaştırma teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak turizm sektörü de hızla gelişmiş ve ülkeler için döviz sağlayan, gelir ve istihdam artıran bir konuma ulaşmıştır (Crouch and Ritchie, 1999:138). Birçok araştırmacı tarafından turizmin ekonomiye sağladığı yararlar, Türk turizmi açısından da irdelenmelidir. Bu yüzden çalışmada turizmin milli gelire olan katkısının yanında; döviz kazandırıcı yönü, ödemeler dengesindeki açıkları kapatma özelliği ve sağladığı iş olanakları açısından ekonomik ve sosyal dengelerin canlanmasındaki önemin istatistiki verilerle ele alınması gerekmektedir.

#### 1. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm sektörünün ekonomik önemini gösteren çeşitli göstergeler bulunmaktadır. Örneğin, turizm sektöründe,

turizm ürünlerinden faydalanmak için o ürünlerin bulunduğu ülke ya da bölgeye gelinmesiyle çeşitli mal ve hizmetler için harcamalarda bulunulması turizme ev sahipliği yapan ekonomilerde “şelale” etkisi oluşturmaktadır. Söz gelişi taksi, oteller, restoran, benzeri turistik arz faktörleri cephesinde başlayan harcamalar daha sonra ekonominin diğer sahalarına doğru aşama aşama yayılmaktadır. Bu durum özellikle turizm sektörünün ekonominin diğer sektörleriyle önemli ölçüde girdi alış veriş olan bir sektör özelliğine sahip olmasına sebep olmaktadır (Şen ve Şit, 2015:31). Turizm sektöründe kullanılan her mal ve hizmetten alınan vergiler, yerel ekonomiye net bir fayda sağlamaktadır (Özkök, 2008: 63).

Dünya ekonomisi için önemli bir döviz kaynağı sağlayan turizm sektörü, Türkiye ekonomisi için de ihracattan sonra ikinci büyük döviz kaynağı olduğu bilinmektedir. Cari işlemler hesabının bir diğer kalemi olan mal ticareti hesabında ortaya çıkan açıkları dengeleyen dış turizm “uluslararası hizmetler” başlığının en önemli kalemidir. Özellikle ciddi turizm potansiyeline sahip ülkeler turist sayılarını ve dış turizm gelirlerini arttırarak cari açığın finansmanını ve sürdürülebilirliğini sağlamaktadırlar (Uğuz, 2014:21).

1980'li yıllarda dünya genelinde ortaya çıkan ekonomik serbestleşme hareketleriyle uyumlu olarak Türkiye dışa açık büyüme stratejisinin benimsendiği 24 Ocak Kararlarından sonra diğer ülkelerle olan ticari ilişkilerinde yeni bir döneme geçiş yapmıştır. Dünya ticaret hacminde ortaya çıkan artış sonucunda özellikle üretimde teknoloji, enerji, hammadde ve ara girdi bağımlılığı olan Türkiye gibi gelişmekte olan

ülkelerin ithalatları giderek artmış ve bu ülkeler artan dış ticaret açıklarıyla karşı karşıya kalmışlardır. Türkiye'nin üretime bağlı olarak yaşadığı dış ticaret açığı beraberinde cari açık sorununu da gündeme getirmiştir. Diğer taraftan ekonomik serbestleşmeyle birlikte dünya turizminde ortaya çıkan gelişmelerin Türkiye ekonomisi üzerinde olumlu yansımaları olmuştur. Günümüzde turizm ve seyahat, dünya genelinde en çok döviz geliri sağlayan sektörlerden biri konumuna gelmiştir. Genellikle dış ticaret kaleminin negatif etkisiyle cari açık veren gelişmekte olan ülkeler bu açığı kapatmada hizmetler dengesinden ve hizmetler dengesi içinde de fazla veren dış turizm dengesinden yararlanmaktadır (Beyaz ve Karabacak, 2018: 56).

Turizm sektörü ülke gelirlerini arttıran, yabancı sermaye bağımlılığını azaltmanın mümkün olduğu, görünmeyen ihracat ve ek ihracat özelliğine sahip, kısa sürede döviz getirisi sağlayabilen ve daha az dış alımın yapılabildiği bir sektör olması ödemeler bilançosu dengesine olumlu katkılar yapmasına neden olmaktadır. Bu katkılar Türkiye gibi cari açığa sahip ülkelerin dış ticaret açığından kaynaklanan cari açıklarını kapatmasına yardımcı olmaktadır (Beyaz ve Karabacak, 2018: 58). Turizmin neden olduğu gelir ve giderler, ödemeler bilançosunun giriş ve çıkışı en fazla olan cari işlemler hesabı uluslararası hizmetler başlığı altında yer almaktadır. Bir turistik ülkeye gelen kişilerin sayısının artması, bu kişilerin konaklama harcamaları, turistik mal ve hizmetlere karşı yapmış oldukları harcamalar, ulaşım için yapılan ödemeler, yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyon ve vergiler gibi turizm kaynaklı tüm döviz girdileri ödemeler dengesine olumlu bir etki yapmaktadır. Ayrıca yabancı yatırımcıların yatırım amaçlı sağladıkları sermaye de ödemeler dengesi üzerinde turizmin olumlu etkilerinden birini oluşturmaktadır. Bu işlemlerin tam tersi olarak yurt dışına gönderilen turistlerin sebep oldukları döviz çıkışları ise ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır (Özkök, 2008: 57-58). Cari işlemler hesabının bir diğer kalemi olan mal ticareti hesabında ortaya çıkan açıkları dengeleyen dış turizm, "uluslararası hizmetler" başlığının en önemli kalemidir. Özellikle ciddi turizm potansiyeline sahip ülkeler turist sayılarını ve dış turizm gelirlerini arttırarak cari açığın finansmanını ve sürdürülebilirliğini sağlamaktadırlar. Çünkü uluslararası ticaretin dengeleyici bir faktörü olan turizm yabancılara ihracatı mal olarak mümkün olmayan doğal, ekonomik, sosyo kültürel, tarihi varlıkları, o bölgeye ait değerleri, olayları, sanatı, etkinlikleri satarak döviz girdisi sağlamaktadır (Bahar ve Kozak, 2018: 149).

Turizm sektörünün en önemli özelliklerinden biri emek-yoğun bir sektör oluşudur. Bu özelliği ve turizm tüketim harcamaları nedeniyle istihdam yaratıcı bir etkiye sahiptir. Turizmin yarattığı genel istihdamın yanında mevsimlik özelliği sayesinde tam ve yarı zamanlı bir istihdam yaratmaktadır. Bir bölgede turizm; doğrudan istihdam, dolaylı istihdam ve ek istihdam türlerinde istihdam yaratmaktadır (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2017:115-116).

Turizm bölgesel kalkınmaya olumlu etkileri olan en temel sektörlerden biridir. Turizmin bölgede ve ülkede yarattığı ekonomik etkilere bağlı olarak gelir ve refah düzeyinin artması o bölge için iç temel fayda etkisi olarak tanımlanabilir. Turizmin yarattığı bu etki diğer ekonomik kalkınma araçlarına göre getirisi çok daha hızlı olduğundan ve yaşam standartlarındaki gelişmeyi etkilediğinden, özellikle gelişmekte olan ülkeler ve bu ülkelerin bölgeleri için çok önemlidir (Çeken, 2003: 147).

## 2. Turizm Rekabet Avantajı Elde Etmedeki Rolü

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bölgeler arası rekabete verilen önem giderek artmaktadır. Kalkınma planlarında ve ulusal planlama belgelerinde bölgesel rekabetin önemi vurgulanırken özellikle il ve bölge düzeyinde hazırlanmakta olan planlarda bölgesel rekabet

gücü elde etmek başlı başına bir hedef haline gelmektedir. Sektörlerin bölgesel ve uluslararası alanda rekabet avantajı elde etmedeki rolü araştırmacılar tarafından birçok kez ele alınmıştır.

Uluslararası rekabet avantajı elde etme konusunda rekabet imkânları (edebilirliği) yüksek olan ülkelerde işletmeler çeşitli sektörlerle yönelme arayışı içerisinde. Turizmin ekonomik etkileri fark edildiğinden beri birçok ülke tarafından turizm endüstrisi, güçlü bir ekonomik kaynak olarak görülmektedir. Bu anlamda uluslararası turizm pazarındaki ülkeler, müşteri memnuniyeti sağlamak için sürekli yeni arayışlara girmektedir. Diğer bir ifadeyle turizm açısından popüler ülkeler arasındaki yarış, ülkeleri rekabet avantajı sağlamak için yeni arayışlara itmiştir (Kayar ve Kozak, 2008'den aktaran Aydemir vd., 2014:2). Bu gerekçe ile Dünya Ekonomik Forumu, dünya genelinde 136 ülkenin Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi'ne göre rekabet gücünü puanlamaya dökmektedir. Puanlama sistemi, dünyanın en büyük turizm ülkeleri ulaşım altyapısından tesislerin kalitesine, güvenlikten sürdürülebilirlik politikalarına kadar pek çok etken bir araya getirilerek endekslenmektedir. Söz konusu endekste yer alan ülkeler, "destekleyici ortam, "seyahat - turizm politikaları ve destekleyici koşullar", "altyapı" ve "doğal & kültürel kaynaklar" olmak üzere dört ana, 14 alt başlık ve 90 tekil gösterge incelenerek değerlendirilmektedir. İki yılda bir yapılan Dünya Ekonomik Forumu (WEF), 2017 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi raporunun önemli bulguları şu şekildedir:

- ❖ Seyahat ve turizm rekabeti artmaya devam etmektedir. Bu artışın lokomotifini ise başta Asya-Pasifik bölgesi olmak üzere gelişmekte olan ülkelerdir. Seyahat ve turizm endüstrisi büyümeye devam ettikçe gelişmekte olan ülkelere ve bu ülkelere yapılan uluslararası seyahatlerin sayısı da artmaktadır.

- ❖ Seyahat ve turizm sektörü, giderek artan korumacı ortamın küresel ticareti engellemesinin önündeki engellerden biri olmayı sürdürmektedir. İnsanlar arasına duvarlar örmek yerine köprüler kuran sektör, sürekli artan uluslararası seyahatçi sayıları ve vize kısıtlamalarının kaldırılmasına dönük eğilimle bu işlevini sürdürmeye devam edecek gibi görülmektedir.

- ❖ Dördüncü Sanayi Devrimi'nin ışığında, 'bağlantılı olmanın' ülkelerin dijital stratejilerinde her geçen gün daha önemli bir yer edindiği görülmektedir.

- ❖ Çevrenin önemine dair küresel farkındalık artsa da turizm ve seyahat sektörünün pek çok alanda devam eden doğal aşınma sebebiyle sürdürülebilirliğe ulaşmakta zorlandığı görülmektedir.

Dünya Ekonomik Forumu (WEF), 2017 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi puanlama sonuçları Türkiye açısından şöyle raporlanmıştır (URL- 1). Türkiye, 2015 sonu ve 2017 yılları arasında gösterdiği performansla 136 ülke arasında dünyanın en rekabetçi 44'üncü turizm ülkesi olmuştur. Türkiye, 2015 yılında yapılan aynı çalışmada yine 44'üncü olmuştur.

**Tablo 1. 2017 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi Analiz Raporuna Göre Türkiye Puanlamaları (136 Ülke)**

DESTEKLEYİCİ ORTAM	SIRA
-İş Ortamı	63
-Emniyet ve güvenlik	116
-Sağlık ve hijyen	64
-İnsan kaynağı ve iş gücü piyasası	94
Bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT) altyapısı	72
SEYAHAT & TURİZM POLİTİKALARI VE DESTEKLEYİCİ KOŞULLAR:	SIRA
-Turizm sektörünün önceliği	66
-Uluslararası açıklık	50
-Fiyat rekabetçiliği	70
-Sürdürülebilir çevre	112
ALTYAPI	SIRA
-Hava ulaşımı altyapısı	14
-Kara ve deniz ulaşımı altyapısı	54
-Turist hizmet altyapısı	42
DOĞAL ve KÜLTÜREL KAYNAKLAR	SIRA
Doğal Kaynaklar	70
Kültürel Kaynaklar ve İş Seyahati	16

**Kaynak:** Dünya Ekonomik Forumu (WEF)

Bu kriterlere sahip olunduğunun bir göstergesi olarak Türkiye'nin turizm geliri, turist sayısı, ortalama harcama gibi unsurlarının yıllar itibarı ile değerlendirilmesi istatistiki olarak derlenmiş ve Muğla ilinin turizmde rekabet gücü sağlamadaki rolü belirlenmiştir.

**Tablo 2. 2003-2018 Türkiye Turizm Geliri, Turist Sayısı ve Ortalama Harcama**

YILLAR	TURİZM GELİRİ (1000\$)	ZİYARETÇİ SAYISI	ORTALAMA HARCAMA (\$)
2003	13 854 866	16 302 053	850
2004	17 076 606	20 262 640	843
2005	20 322 112	24 124 501	842
2006	18 593 951	23 148 669	803
2007	20 942 500	27 214 988	770
2008	25 415 067	30 979 979	820
2009	25 064 482	32 006 149	783
2010	24 930 997	33 027 943	755
2011	28 115 692	36 151 328	778
2012	29 007 003	36 463 921	795
2013	32 310 424	39 226 226	824
2014	34 305 904	41 415 070	828
2015	31 464 777	41 617 530	756
2016	22 107 440	31 365 330	705
2017	26 283 656	38 620 346	681
2018	29 512 926	46 112 592	647

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Türkiye 2003 yılından itibaren turizm geliri, ziyaretçi sayısı ve ortalama harcama bakımından sürekli bir artış göstermiştir.

### 3. Yöntem

Derleme niteliğinde olan bu çalışmada Muğla ilinin rekabet avantajı elde etmede turizmde dayalı özellikleri ve bu özelliklerin istatistiki olarak Türkiye geneli ile Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine dayanarak karşılaştırılması yapılmıştır. Karşılaştırılmada tesis ve yatak sayıları, ziyaretçi

sayıları ve giriş yaptıkları kapılar, geceleme sayıları, tesise geliş ve konaklama süreleri, doluluk oranları, mavi bayraklı sahil sayıları ve işlev yapan seyahat acentesi sayıları baz alınmıştır.

**Tablo 3. Türkiye Geneli (2018) Tesis ve Yatak İstatistikleri**

Konaklama Tesisi Sayısı (Belediye + İşletme Belgesi) (2018)	Yatak Sayısı
11 596	1 485 650

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018.

Türkiye genelinde belediye belgeli ve işletme belgeli konaklama tesis sayısı 11 596 adet iken bu tesislerde bulunan yatak sayısı 1 485 650'dir. Toplam işletme ve yatak sayısının illere göre dağılımı ve Muğla ilinin sıralamadaki yeri Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4. İllere Göre Tesis ve Yatak Sayısı (Belediye + Bakanlık İşletme Belgeli) (2018)**

İller	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
1- Antalya	1 780	571 181
2- İstanbul	1 673	179 352
3- Muğla	1 273	171 422
4- Mersin	469	32 181
5- Bahkehir	412	33 968
6- İzmir	393	49 819
7- Çanakkale	364	21 112
8- Nevşehir	329	22 392
9- Bartın	316	6 871
10- Aydın	218	40 028

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Turizmin en yoğun yaşandığı illerin arasında Muğla, tesis ve yatak sayısı bakımından Türkiye'deki ilk üç ilden birisidir. 2018 yılı verilerine dayanılarak oluşturulan bir diğer konu da ziyaretçi sayılarıdır. Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ve yurtdışında ikamet eden Türk vatandaş sayısı ve 2017 yılına nazaran artış oranları Tablo 5'de verilmiştir.

**Tablo 5. 2018 Yılında Ziyaretçi Sayıları ve Artış Oranları**

Ziyaretçi Türü	Miktar	Artış oranları (%)
Yabancı ziyaretçi	39.488.401	21,84
Yurtdışı ikametli vatandaş	6.624.191	19,14
<b>Toplam</b>	<b>46.112.592</b>	<b>21,45</b>

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

2018 yılında yabancı ziyaretçi sayısı 39.488.401 iken bu oran, 2017 yılına göre %21,84 artmış bulunmaktadır. Aynı şekilde 2018 yılında yurtdışı ikametli vatandaş sayısı 6.624.191 olup bu oranın 2017 yılına göre artış oranı 19,14'tür. Genel anlamda ziyaretçi sayısındaki artış 21,45 olarak kayıtlara geçmiştir. Ülkemize gelen ziyaretçilerin giriş kapılarına göre oluşturulan istatistik verileri Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6. Yabancı Turistlerin Giriş Kapıları**

Gelen Yabancıların Giriş Yaptıkları Sınır Kapılarının Bağlı Olduğu İller	Miktar (Kişi)
1- İstanbul	(% 34,02) 13.432.990 kişi
2- Antalya	(% 31,50) 12.438.822 kişi
3- Edirne	(% 9,71) 3.835.131 kişi
4- Muğla	(% 6,90) 2.723.815 kişi
5- Artvin	(% 5,98) 2.360.370 kişi

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Muğla ili ziyaretçilerin en çok giriş yaptığı dördüncü kapı olarak görülmektedir. Türkiye'ye giriş yapan 46.112.592 turist %6,90'ı (2.723.815 kişi) Muğla'dan giriş yapmıştır. Türkiye genelinde geceleme, tesise geliş sayısı, ziyaretçilerin ortalama dağılımı ve ortalama kalış süreleri Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7. Türkiye Geneli Konaklama İstatistikleri (Doluluk oranı yıl ortalaması %50,8)**

Geceleme	Miktar (Kişi)	Artış Oranları
Toplam Geceleme	190,7 milyon	%22,38
Tesise Geliş Sayısı	71,9 milyon	%16,15
Yapılan Gecelemelerin Dağılımı	Ortalama Dağılım (%)	Ortalama Kalış Süresi Yıl Ortalaması
Yabancı Ziyaretçiler	58,86	3,61 Gün
Yerli Ziyaretçiler	41,14	1,92 Gün
Tüm Ziyaretçiler		2,65 Gün

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Tablo 7'ye göre Türkiye'de 190,7 milyon kişi 2018 yılı içinde geceleme yapılmıştır. Bu gecelemlerin 71,9 milyonu konaklama tesislerinde gerçekleşmiştir. Yıl ortalaması olarak yabancı ziyaretçiler 3,61 gün ve yerli ziyaretçiler 1,92 gün kalış gerçekleştirmişlerdir. Tablo 8'de yabancı ziyaretçilerin, yerli ziyaretçilerin ve toplamda yerli ve yabancı ziyaretçilerin geceleme tercih ettiği iller verilmiştir.

**Tablo 8. Geceleme Dağılımı**

Yabancıların en çok geceleme yaptığı iller	Oran (%)
1- Antalya	70,2 milyon
2- İstanbul	20,1 milyon
<b>3- Muğla</b>	<b>8,1 milyon</b>
4- Aydın	3,2 milyon
5- İzmir	2,3 milyon
Yerli ziyaretçilerin en çok geceleme yaptığı iller	Miktar (Milyon)
1- Antalya	13,8 milyon
2- İstanbul	8,3 milyon
<b>3- Muğla</b>	<b>4,9 milyon</b>
4- İzmir	4,0 milyon
5- Ankara	3,7 milyon
Toplam ziyaretçilerin (Yerli + Yabancı) en çok geceleme yaptığı iller	Miktar (Milyon)
1- Antalya	84,0 milyon
2- İstanbul	28,4 milyon
<b>3- Muğla</b>	<b>13,0 milyon</b>
4- Aydın	6,5 milyon
5- İzmir	6,3 milyon

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Muğla, hem yerli hem de yabancı ziyaretçilerin tercih ettiği üçüncü il konumundadır. Turizm işletme belgeli (Tablo 9) ve belediye belgeli (Tablo 10) tesislerde gerçekleşen konaklama süresi ve doluluk oranları verilmiştir.

**Tablo 9. Turizm İşletme Belgeli Konaklama tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları**

	MUĞLA			TÜRKİYE GENELİ		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
<b>Geceleme</b>	6 546 690	3 231 490	9 778 180	95 109 378	49 305 889	144 415 267
<b>Ortalama Kalış Süresi</b>	4,22	2,78	3,60	3,80	1,95	2,87
<b>Doluluk Oranı(%)</b>	37,63	18,57	56,20	37,16	19,27	56,43

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Türkiye’ de Turizm işletme belgeli tesislerde yapılan gecemelerin % 6,8 i Muğla ilinde yapılmaktadır. Ortalama kalış süresi hem yabancıda, hem de yerlide Türkiye ortalamasının üzerindedir. Muğla ilindeki turizm işletme belgeli tesislerin doluluk oranı da Türkiye ortalaması ile benzerlik göstermektedir.

**Tablo 10. Belediye Belgeli Konaklama tesislerinde Tesislere Geliş, Geceleme, Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları**

	MUĞLA			TÜRKİYE		
	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
<b>GECELEME</b>	1 648 576	1 649 985	3 298 561	17 135 761	29 135 694	46 271 455
<b>ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ</b>	2,99	2,41	2,67	2,81	1,88	2,14
<b>DOLULUK ORANI(%)</b>	20,57	20,59	41,16	14,41	24,50	38,92

**Kaynak:** T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Türkiye’ de belediye işletme belgeli tesislerde yapılan gecemelerin % 7,1 i Muğla ilinde gerçekleşmektedir. Ortalama kalış süresi hem yabancı hem de yerli turistler açısından Türkiye ortalamasının oldukça yukarıdadır. Belediye işletme belgeli tesislerin doluluk oranı Türkiye ortalamasının %2,4 üzerindedir. İller itibari ile Türkiye mavi bayrak oranları Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12. İller İtibariyle Mavi Bayrak Sayıları (2018)**

İLLER	PLAJ	MARİNA	YATLAR
Antalya	200	5	5
<b>Muğla</b>	<b>100</b>	<b>7</b>	<b>0</b>
İzmir	52	3	1
Aydın	30	2	1
Balıkesir	23	1	3
Çanakkale	12	0	0
Samsun	8	0	0
Mersin	8	1	0
Tekirdağ	5	0	0
Kocaeli	5	0	0
Ordu	5	0	0
Düzce	3	0	0
Yalova	2	1	0
Sakarya	2	0	0
Adana	2	0	0
Kırklareli	1	0	0
Van	1	0	0
İstanbul	0	2	0
<b>Toplam</b>	<b>459</b>	<b>22</b>	<b>10</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018.

Türkiye mavi bayraklı plaj sayısında dünyada 3. durumdadır. Türkiye'deki mavi bayraklı plajların % 22 ise Muğla'da bulunmaktadır. Türkiye'de bulunan seyahat acente sayıları ve Muğla ili payı Tablo 13'de verilmiştir.

**Tablo 13. Seyahat Acentesi Sayısı (2019)**

Türkiye Geneli	Muğla
10832	731

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, (URL-2)

Seyahat acentelerinin % 6,75 i Muğla'da faaliyet göstermektedir. İstatistiki veriler ışığında Muğla ilinin rekabet avantajı sağlamadaki rolünün ayrıntılarıyla ele alınması gerekmektedir.

#### 4. Muğla İlinin Rekabet Avantajı Sağlamadaki Rolü



**Kaynak:** Coğrafya Harita (URL-3)

Muğla Türkiye'nin güneybatı ucunda yer alan, topraklarının büyük kısmı Ege Bölgesi'nde ve küçük bir kısmı da Akdeniz Bölgesi'nde olan bir ilimizdir. Aydın, Denizli, Burdur, Antalya illeri ile komşudur. Hem Ege Denizi'ne hem de Akdeniz'e kıyısı bulunmaktadır. Kıyı uzunluğu toplam 1500 km. olan Muğla, Türkiye'nin en uzun kıyı şeridine sahip ili olarak bilinmektedir. Akdeniz ikliminin hüküm sürdüğü Muğla, Türkiye'nin en fazla yağış alan ve orman oranı bakımından en zengin illerden biridir (URL-4). İl 13338, 00 km<sup>2</sup> lik bir alanı kapsamakla beraber, 2018 adrese dayalı nüfus kayıt sistemi verilerine göre 967.487' dir. (URL-5). Son yıllarda sürekli göç almaya

başlayan bir ilimizdir. Muğla hava, kara ve deniz yolu ulaşım olanakları ile gerek yurtiçi gerekse yurtdışından kolaylıkla ulaşılabilir konumdadır. Muğla, Dalaman Havalimanı ve Milas-Bodrum Havalimanı ile iki uluslararası trafiğe açık havaalanına sahiptir. Bu özelliği ile Türkiye'nin sayılı illerindendir. Muğla; Bodrum, Turgutreis, Yalıkavak Mantarburnu, Marmaris, Bozburun, Güllük, Fethiye, Datça limanları ile toplam 9 liman ve deniz hudut kapısına sahiptir. Karayolu ile Antalya, Aydın, Denizli gibi komşu illere bağlıdır. Ekonomisi turizm ve tarıma dayanmaktadır. Enerji, madencilik il genelinde hızla gelişen sektörlerdir. 13 ilçeye sahip ilin hemen hemen tüm ilçeleri turizmde

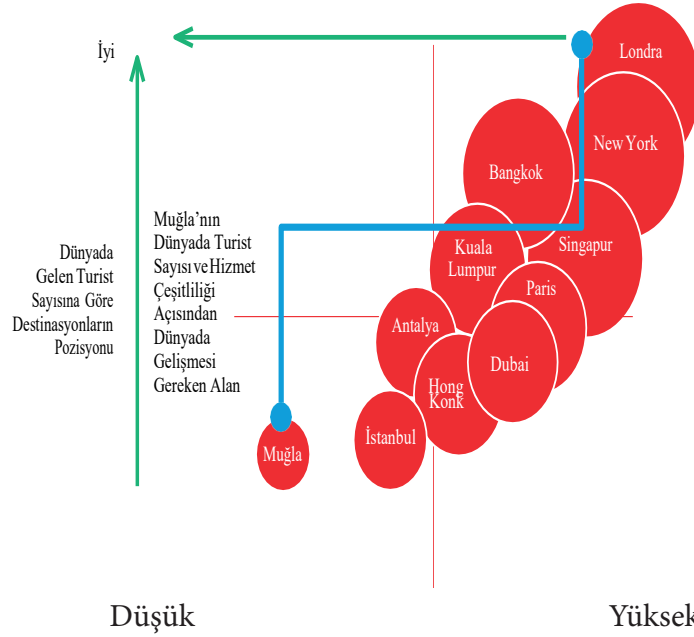


uluslararası marka haline gelmiştir (URL-4). Bodrum, Fethiye, Marmaris, Milas, Datça, Ortaca, Dalaman, Köyceğiz, Seydikemer birer turizm destinasyonudur.

WEF tarafından oluşturulan turizm endeksinde ülkelere 1 ila 7 arasında puan veriliyor. Endekse göre sırasıyla dünyanın turizmde en rekabetçi ilk üç ülkesi İspanya, Fransa ve Almanya olarak sıralanırken, son üç sırada ise Yemen, Çad ve Burundi yer alıyor.

Listenin ilk 10 sırasında yer alan 6 ülkenin Avrupa kıtasından çıkması, bölgenin turizm ve seyahat sektörünü domine etmeyi sürdürdüğünü gösteriyor. 2016 yılında uluslararası seyahat gerçekleştiren 1.2 milyar kişiden yaklaşık 600 milyonunun, Avrupa kıtasına seyahat ettiği belirtiliyor. 2017'de emniyet ve güvenlik açısından dünyanın 116'ncı ülkesi olan Türkiye, 2015 yılında hazırlanan raporda dünyanın en güvenli 121'inci ülkesi kabul ediliyordu. Dünya genelinde turizm konusunda rekabet gücüne sahip ülkeler Şekil 1'de verilmiştir.

**Şekil 1. Dünyadaki İlk On Destinasyon arasında Muğla İlinin Rekabetçilik Pozisyonu**  
**Dünyadaki İlk On Destinasyon Arasında Muğla'nın Rekabetçilik Pozisyonu**

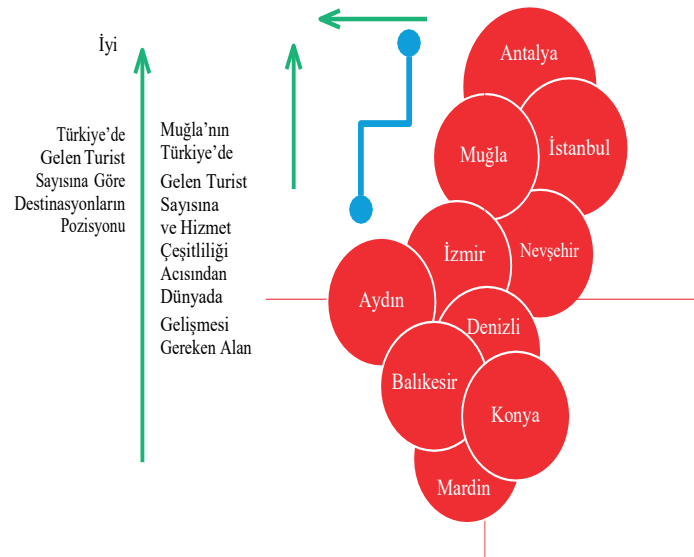


**Kaynak:** T.C. Muğla Valiliği (2010:55)

Dünya sıralamasında tercih edilen ve turizm açısından rekabet gücü yüksek ile düşük arasında ortalama seviyede Türkiye'den önce ANTALYA sonrasında İSTANBUL ilk on içine girmiştir. MUĞLA ise turist sayısı ve hizmet çeşitliliği açısından dünyada gelişmesi gereken alan içerisinde yer almaktadır. Muğla ilinin Türkiye'deki iller arasındaki rekabet sıralaması Şekil 2'de verilmiştir.

**Şekil 2. Türkiye'de İlk On Destinasyon Arasında Muğla'nın Rekabetçilik Pozisyonu**

**Türkiye'deki İlk On Destinasyon Arasında Muğla'nın Rekabetçilik Pozisyonu**



**Kaynak:** T.C. Muğla Valiliği (2010:55)

Muğla iline ait turizm istatistiklerini incelediğimizde Türkiye'nin rekabet avantajı elde edebilmesinde en önemli üç ilinden biri olduğunu söyleyebiliriz. Rakamlarına bakılan verilerin yanında ilin sahip olduğu şu zenginlikler;

- ❖ Unesco Dünya Miras Listesinde yer alan Fethiye, Kumluova, Letoon Antik Kenti ve Unesco Dünya miras geçici listesinde yer alan 6 adet değeri (URL-6)
- ❖ MÖ. 3000'li yıllara dayanan tarihi geçmiş,
- ❖ Çok sayıda müze, kazı alanı ve sit alanı,
- ❖ Uzun kıyı şeridinde yer alan marina ve yat çekek yerleri,
- ❖ Somut olmayan kültürel değerleri (mutfağı, kültürel etkinlikler, festival ve fuarlar, gelenek görenekler, el sanatları),
- ❖ Her ilçede farklı ve kendine has kültürel birikim,
- ❖ Mavi yolculuk parkurları,
- ❖ Deniz, kum, güneş turizminin yanında Kültür turizmi, Yatçılık, Günübürlük Tekne Gezileri, Kano, Rüzgar Sörfü, Yamaç Paraşütü, Atlı Safari, Quad Safari, Jeep Safari, Motokros, Dalış, Rafting, Trekking, Agro turizm, Yayla turizmi, Eko turizm vb. çok sayıda alternatif turizme uygunluk.
- ❖ Ulaşım kolaylıkları
- ❖ Ilıman iklimi, bitki örtüsü, tarım ürünleri çeşitliliği rekabet avantajı sağlama konusunda Muğla ilini oldukça öne çıkartmaktadır.

## 5. SONUÇ

Özellikle bölgesel kalkınmada illerin rekabet avantajları uluslararası arenada avantaj elde edilebilmesinde büyük önem arz etmektedir. Muğla bu potansiyele sahip bir destinasyon olmakla birlikte, dünya genelinde geliştirilmesi gereken bir destinasyon olarak görülmektedir. Muğla'nın dünyada rekabet sağlayan iller arasına girebilmesi için Muğla ili yöneticileri turizm stratejik planlarında, turizm faaliyetlerinde dünyada rekabet avantajına sahip illeri baz almalıdırlar.

Bu durumda tüm kamu kurum ve kuruluşları ile birlikte hem destinasyon yöneticilerinin hem de ülke genelinde turizm planlaması yapanların rekabet üstünlüğü sağlamadaki kriterleri temel alarak stratejik planlara ve faaliyetlere yer vermeleri gerekmektedir. Özellikle tanıtım ve turizmin 12 aya yayılması ile ilgili olarak il özelinde yapılması gereken önemli faaliyetler bulunmaktadır.

İstatistiki veriler, gelişen Türkiye turizmi içinde Muğla ilinin belli bir yerde olduğunu ortaya koymaktadır. Fakat bu durumun sürdürülebilirliği ve diğer destinasyonlara karşı avantaj sağlanabilmesi için ilin sahip olduğu potansiyelinde doğru değerlendirilmesi gerekmektedir. Özellikle sahip olunan doğa, uzun ve bakır kıyı şeridi, tarihi geçmiş ve kalıntılar, somut olmayan kültürel varlıklar, en önemlisi çok sayıda alternatif turizm çeşidine uygun zenginlikler önemlidir. Ayrıca turizmin statik ve dinamik unsuru olan konaklama ve ulaşım anlamında da ilde bulunan konaklama tesisleri, bu tesislerin çeşitliliği ve kalitesinin üst seviyede olması ile demiryolu ulaşım sistemi dışında kalan bütün ulaşım sistemlerindeki gelişmişlik turizm bakımından ilin önemli rekabet avantajlarıdır.

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle standart ve fiyat avantajı sunan turistik ürünlerin önemini kaybetmekte olduğu, turistlerin seçici davranarak bireysel memnuniyeti de sağlayan kaliteli ürünleri seçtiği marka imajı, yenilik, çeşitlilik, hız ve müşteri memnuniyetinin ön plana çıktığı bir turizm sektörü oluşmuştur (Çeken, 2016:41). Ayrıca uluslararası turizm trafiğine baktığımızda dünya üzerinde yeni bölgelerin farklı turizm arz verileri ile ön plana çıkmaya başladığını ve turizm hareketlerinin yönünü bu bölgelere

çevirdiğini görüyoruz. Dolayısıyla turizmde marka kent olan Muğla'nın rekabet avantajı sağlaması ve üstünlüğünü sürdürebilmesi bölge ve ülke turizmi için zorunludur.

## 6.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 İİBF Dergisi, 18(1): 1–15.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2018). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.149.
- Beyaz, Z. ve Karabacak, G., (2018). Türkiye' de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi, *European Journal of Managerial Research Dergisi*, 2(2). 56–75.
- Crouch, G.I., & Ritchie, J.R.B. (1999), Tourism, Competitiveness And Societal Prosperity, *Journal Of Business Research*, 44(3), 137- 152.
- Çeken, H.(2003). *Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi*, Değişim Yayınları, İstanbul, ss.147.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.41.
- Gunduz, L., & Hatemi-J, A. (2005). Is The Tourism-Led Growth Hypothesis Valid for Turkey? *Applied Economics Letters*, 12(8), 499–504.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. Ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara, ss.115-116.
- Muğla Valiliği, (2010). Muğla İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi.
- Özkök, G., F. (2008). *Az Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Etkileri*, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa, ss.57–58
- Şen, A. ve Şit, M. (2015). Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Rolü Ve Önemi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C:5 S:8, 30–45.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2018). Turizm İstatistiği.
- Uğuz, S., Ç. (2014). Türkiye'de Cari İşlemler Dengesi ve Turizmin Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (26): 18–22.
- URL-1: Dünya Ekonomik Forumu (WEF)tarafından 2017 Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi, <https://www.katid.org/1236-2/> (Erişim Tarihi: 01.05.2019).
- URL-2: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2019). <http://yatirimisletmeleruygulama.kultur.gov.tr/Acente.Web.Sorgu/Sorgu/acentesorgu>, (Erişim Tarihi: 15.05.2019).
- URL-3: Coğrafya Harita (2014-2019). [http://cografyaharita.com/haritalarim/41\\_mugla\\_ili\\_haritasi.png](http://cografyaharita.com/haritalarim/41_mugla_ili_haritasi.png), (Erişim Tarihi:10.05.2019)
- URL-4: Muğla Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü (2019). <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-157500/cografya-konum-iklim-ulasim.html>, (Erişim Tarihi:10.05.2019)
- URL-5:Muğla Valiliği (2019). <http://www.mugla.gov.tr/ilcelerimiz#>, (Erişim Tarihi: 12.05.2019)
- URL-6: Muğla Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü (2019). <https://mugla.ktb.gov.tr/TR-155825/dunya-miras-listesinde-mugla.html>, (Erişim Tarihi:12.05.2019)
- Yağcı, Ö., (2007). *Turizm Ekonomisi*. (2. Baskı). Detay Yayıncılık, Ankara,