



Türkiye'nin Seyahat ve Turizm Rekabet Edebilirlik Endeksi'ndeki Yeri Üzerine Bir Araştırma (2007-2019)

A Study on Turkey's Place in Travel and Tourism Competitiveness Index (2009-2019)

Aziz BOSTAN¹
Armağan AYDIN²

¹Doç, Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, azizbostan@adu.edu.tr. Orcid ID: 0000-0001-8187-3871
²Doktorant, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, 0505 47 46 501 armaganaydn@yahoo.com Orcid ID: 0000-0003-0251-4913, - Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

Özet

Rekabet ve rekabet gücü kavramları tüm sektörler için önemli bir olgu haline gelmiştir. Bu durum ülkeler bazında da etkisini hissettirmiş ve ülkeler zenginliklerini artırmak amacıyla rekabet güçlerini analiz etmeye başlamışlardır. Özellikle teknolojinin ilerlemesi ve küreselleşmenin etkisiyle coğrafi konumundan bağımsız olarak her ülke birbirinin rakibi haline gelmektedir. Son elli yıldır büyüme trendinde olan turizm gelişmiş olsun veya olmasın tüm dünya ülkeleri için önemli bir gelir ve istihdam kaynağı olarak görülmektedir. Bu sebeple turizm sektöründe rekabetin belirleyicileri üzerine çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan biri de World Economic Forum tarafından yayımlanan seyahat ve turizm rekabet endeksidir. Literatürde endekslerle ilgili yapılan çalışmalarda nitel ve nicel tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Destinasyonlar, ülkeler, bölgeler veya ülke gruplarının ele alındığı çalışmalarda endeks değişiminin nasıl olduğu ve belirleyicileri farklı yöntemlerle (dematel, çoklu karar verme teknikleri, yapısal eşitlik modelleri) ele alınmış ancak bu değişimin nedenleri üzerinde fazla durulmamıştır. Bu çalışmada son zamanlarda dünya turizminde ziyaretçi sayısı bakımından iyi bir konuma gelmiş olan Türkiye'nin rekabet endeksindeki yeri incelenerek yükselişler ve düşüşlerinin nedeni literatür ışığında ve dinamik bir anlayışla açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Destinasyon, Rekabet, Endeks, Türkiye

Abstract

The concepts of competition and competitiveness have become an important phenomenon for all sectors. This situation made its impact felt on the basis of countries, and countries started to analyze their competitive power in order to increase their wealth. Regardless of its geographical location, each country becomes each other's rival, especially with the advancement of technique and the effect of globalization. Tourism, which has been in a growth trend for the last five decades, is seen as an important source of income and employment for all countries of the world, whether developed or not. For this reason, studies have been carried out on the determinants of competition in the tourism sector. One of these studies is the tourism and travel competition index published by the World Economic Forum. In studies dealing with index of destinations, countries, regions or country groups, how the index change happens and its determinants have been handled with different methods (Dematel, Multiple Decision making techniques, Structural equation models and so forth, but the reasons for this change have not been emphasized much.

This study aims to discuss the causes of fluctuations in the ranking of Turkey on competition index in 2007-2019 period based on literature, in such a way to offer explanations for the incompatibility between the increase in number of visitors and decrease in tourism revenues in the same period.

Keywords: Competitiveness, Destination, Index, Turkey

GİRİŞ

Rekabet kavramı insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır. Önceleri doğa koşulları ve vahşi hayat ile rekabet halinde olan insanoğlu artık yaşamın her anında rekabet eder bir konuma gelmiştir. Rekabet insanlar için olduğu kadar işletmeler için de önemli bir kavram haline gelmiş ve ekonomi biliminde farklı açılardan ele alınmıştır. Bu çalışmalarda rekabet gücünün tanımlanmasına ihtiyaç duyulmuştur. Temel anlamda rakiplerinden farklı olmak veya üstünlük sağlama yeteneği olarak tanımlanabilen rekabet gücü işletmelerin, sektörlerin ve ülkelerin başarısına etki eden bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Rekabet gücünü ölçmek için çeşitli kriterler kullanılmıştır. Kaynaklara erişim olanakları, firmanın pazar payı, geliştirilen ürün sayısı, süreçlerin etkililiği ve etkinliği, finansman yapısı, inovasyon kapasitesi gibi ölçütler bunlardan

bazılarıdır. Mikro bazda bu ölçekler kullanılırken makroekonomi alanında ülkelerin rekabet gücünü anlamak için ise farklı modeller ve göstergeler belirlenmiştir. Adam Smith'in mutlak üstünlükler teorisi, Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı, Porter'in elmas modeli rekabet gücünün belirlenmesine yönelik sunulan çerçevelerden bazılarıdır (Hong, 2009: 107).

Ancak bu modeller daha çok imalat sektörü için geçerli modeller olarak tasarlandığı için turizme yönelik çalışmalarda farklı yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Turizmde rekabetin oluşumunda ölçülebilir faktörlerin yanı sıra tüketiciye ait psikometrik özellikler, beklenen fayda, değer gibi nitel faktörlerinde etkisi vardır. Bu durum Porter tarafından geliştirilen ve özünde rekabetçi üstünlüklerin yer aldığı modelin turizme uyarlanması ile giderilmeye çalışılsa da (Ribes, Rodríguez, 2011: 384) daha sonraları Ritchie ve Crouchun turizmin kavramsal rekabet modeli (Crouch, 2007), Dwyer ve Kim'in bütünleştirilmiş rekabetçi modeli (Dwyer ve Kim, 2003: 375) yaklaşımlarla yeniden ele alınmıştır. Yapılan bu modellemelerle birlikte ortaya çıkan sonuçların başka ülkelerle veya destinasyonlarla karşılaştırılması fikri (Ahmed ve Krohn, 1990: 25; Kozak ve Rimmington, 1999:277; Alavi ve Yasin, 2000:150; Enright ve Newton, 2004:780; Chens ve diğerleri 2008:45; Caber ve diğerleri 2012:48; Cvelbar ve diğerleri, 2015:1045) tartışılmaya başlanmıştır. Bu noktada ekonominin ve sektörlerin dinamik yapısını da göz önüne alınarak gelişimleri takip etmek amacıyla endekslerin oluşturulması gündeme gelmiştir. Endekslerin oluşumu için öncelikle kavramla ilgili açıklayıcı kriterlerin seçilmesi, bu kriterlerin ölçüm metotların belirlenmesi, düzenli aralıklarla ölçülmesi ve elde edilen verilerin standardize edilmesi gerekmektedir (Fetscherin ve Stephano 2016:545). Literatürde endeks geliştirme çalışmaları incelendiğinde (Gooroochurn ve Sugiryato, 2005; Chi ve Gürsoy 2009; Levary, 2011:532; Wu, 2011:12978; Assaf ve Josiassen, 2012:391; Assaker ve diğerleri, 2014:30) işletmeler için verilerin elde edilmesi ve standartlaştırılması görece daha kolayken ülkeler için ortak bir prosedür geliştirmenin çok daha zor bir süreç olduğu vurgulanmaktadır. Bu endeks çalışmalarının en kapsamlısı Dünya Ekonomik Formu vakfı (WEF) tarafından yayımlanan seyahat ve turizm rekabet endeksi olduğu söylenebilir.

2007 yılında ilk kez yayımlanan bu endeks günümüze kadar düzenli olarak yayımlanmaktadır. Makro veriler ışığında dünya ekonomisindeki gelişmelerin turizme

yansımalarını ülkeler bazında inceleyen endeks turizmin dünya ekonomisindeki yükselen trendini ve değişken yapısını da göz önüne alınarak geliştirilmiştir. 136 ülke için yayımlanan bu endeksin boyutları politika, iş çevresi ve altyapı ve insan kaynakları olmak üzere üç adettir. Bu boyutların altında yıllar itibarıyla yer alan alt boyut sayısında değişiklikler görülmekle birlikte ortalama 14 adet boyuttan söz edildiği söylenebilir. Bu on dört alt boyut ise ortalama 75 göstergeden oluşmaktadır (Kayar ve Kozak, 2008).

Yıllar itibarıyla endeks içeriğinde yer alan başlıkların değişimi ekte yer almaktadır. Yer alan başlıklar ve metodoloji incelendiğinde 2005 yılında Gooroochurn ve Sugiyarto tarafından geliştirilen modeli baz aldığı söylenebilir (Dupeyras ve Macculum, 2013). Endekste yer alan başlıklar incelendiğinde gelişen teknolojinin etkisiyle telefon abonesi sayısı yerine internet abone sayısının kullanıldığı, teknolojiye açıklık gibi alt boyutların eklendiği daha çok yoruma dayalı ifadelerin zaman içinde endeksten çıkarıldığı, veri toplama süreçleri veri kalitesi ve yorumlanması gibi prosedürlerin uzunluğu yüzünden 2007, 2008 ve 2009 yıllarında yıllık olarak yayımlanırken 2009 yılından itibaren iki yılda bir yayımlanmaya başlandığı görülmektedir. Vakıf bu endeksin hazırlanması için uluslararası ve ulusal kuruluşlarca yayımlanan verilerin (hard data) yanı sıra kurduğu iş birlikleri aracılığıyla sahadan da veri (soft data) toplamakta ve veri türleri hakkında bilgilere tablolarında yer vermektedir (WEF, 2011).

Endeks, rekabet raporunun içinde yer almaktadır ve bu rapor üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde raporun amacına ve bir önceki dönemden bu yana ekonomide yaşanan gelişmelerin turizm üzerindeki etkilerine yer verilmekte ikinci bölümde bir önceki dönemden bu yana kayda değer yükseliş ve düşüş yaşayan ülkelere kısa bir şekilde yer verilmekte üçüncü bölümde ise endeks önceki yıllara değişim ile birlikte okuyuculara sunulmaktadır. Bu bölümün devamında sırasıyla ülkeler düzeyinde yaşanan gelişmeler alt boyutlar düzeyinde göstergeler yardımıyla listelenmektedir. Bu listeleme temelde iki düzeyde yapılmaktadır bu düzeyle kritere ait ülke puanı ve sıralama. Bu sıralamalar geçen raporlama dönemindeki verilerle birlikte verilerek yaşanan yükseliş ve düşüş ortaya konmaktadır.

Turizm sektörü Türkiye için önemli bir iş kolu haline gelmiştir. Özellikle 1980 yılında yaşanan politika değişikliği ile ülkede turizm teşvik yasası çıkarılmış bu yasada yer alan düzenlemelerle özel sektörün turizmde yer alması getirilen kredi imkanları ve

diğer unsurlarla özendirilmiştir (Toker, 2007:83). Türkiye bu yıldan itibaren turizm sektöründen elde ettiği gelir ve istihdamın artışıyla diğer gelişen ve gelişmekte olan ülkeler gibi turizmi bir kalkınma unsuru olarak ele alınabileceğinin farkına varmış ve sektörün geliştirilmesine yönelik tedbirlere dördüncü kalkınma planından itibaren yer vermeye başlamıştır (DPT, 2000). Zaman içerisinde öncelikle kitle turizmi alternatif turizm, niş turizm ve sağlık turizmi kavramlara politika belgelerinde yer verilmiş ve eylem planları hazırlanarak yürürlüğe girmiştir.

Yapılan bu eylem planları ve özel sektörün de çabaları sonuç vermiş ve ülke 2009 yılında yaşanan finansal krizde yaşanan düşüşe rağmen hızlıca toparlanmıştır. Son verilere göre 2019 yılında turizmden elde edilen gelirler 34,5 milyar dolar seviyesine geliş sayıları ise yüzde on yedilik bir atışla 51,7 milyona ulaşmıştır. Turizm ödemeler dengesine yaptığı katkının yanı sıra önemli bir istihdam kaynağı olarak da görülmektedir. Sosyal Güvenlik Kurumu verilerine göre 27 milyon kayıtlı iş gücüne sahip ülkede turizm sektöründe çalışan kişi sayısı 1 milyon iki yüz bin kişi seviyesinde olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam toplam kayıtlı çalışan sayısının yüzde 8'ini oluşturmaktadır (TUROFED, 2019).

Bu çerçevede çalışmanın araştırma soruları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

- Türkiye'nin turizm rekabet endeksindeki durumu yıllar itibariyle hangi alanlarda nasıl değişmektedir?
- Türkiye'nin başarılı veya başarısız olduğu alanlar nelerdir?
- Bu değişimlerin olası nedenleri nelerdir?
- Türkiye'nin rekabet sıralamasındaki yerinin iyileştirmesi için neler yapmalıdır?
- 2009 yılı baz alındığında Türkiye'nin rekabet gücündeki değişim ne yönde olmuştur?

METODOLOJİ

Bu çalışma betimleyici araştırmalar kapsamında doküman analizi tekniği kullanılarak yapılmıştır. Doküman analizinde çalışmaya konu olabilecek tüm basılı ve elektronik kaynaklar sistematik bir biçimde incelenir (Kıral, 2020:175). Rekabetçilik endeksi yazılı bilgilerden oluşan bir rapordur bununla beraber çalışma kolaylığı

açısından elektronik ortamdaki kaynaklardan da yararlanılmıştır. Çalışma evreni olarak endekse konu olan tüm ülkeler ele alınmış ve analiz kolaylığı açısından ise turizm gelirlerinin önemli bir pay tuttuğu Türkiye seçilmiştir. Bu manada çalışmada rastsal olmayan metotlardan amaca uygun örnekleme metodunun kullanıldığı söylenebilir.

Yapılan literatür taramasının ardından endeksin bileşenleri endeksin yayınladığı her yıl için ayrı ayrı incelenmiştir. Alınan puanlara göre tablolaştırma yapılırken üç sınıf oluşturulmuştur. Sıralamalara göre 1-45 arası çok iyi; 45-80 arası orta ve 80-144 arası ise çok kötü olarak yeniden gruplanmıştır.

Şekil 1. Tablolarda Kullanılan Gruplama Ölçütleri ve Renklendirme

1-44	45-80	81-144
Çok İyi	Orta	Çok Kötü

Yapılan bu yeni gruplamayı kolayca görebilmek için sırasıyla yeşil, sarı ve kırmızı renkler tercih edilmiş ve yıllar bazındaki değişmelerin ardında yatan olası nedenler yine literatür ışığında ortaya konmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmada endeks değerlerinin değişimi 2009 yılı 100 alınarak excel programı yardımıyla hesaplanmıştır. Sıralamalar endekse çevrilip değerler standardize edilerek endeks hesaplamasındaki karışıklık giderilmeye çalışılmıştır. Standardize işlemi için (I) numaralı matris oluşturulmuştur. Oluşturulan matris (-1) ile çarpılarak yeni \overline{B} matrisi elde edilmiştir. (II.) \overline{B} matrisinin her bir elemanı i. Yılı için 2009 yılı değeri endeks için yüz değeri baz alınarak tekrar hesaplanmış böylelikle endeks değeri bulunmuştur.

A; Seyahat ve Turizm endeksinde yer alan ana başlıklar tr turizm gelirleri ar geliş sayılarından oluşan hesaplama konu matrisi

λ ; Skaler matris çarpanı

C_i = Hesaplanan Endeks değeri

$$A = \begin{bmatrix} pr_1 & es_1 & ss_1 & hh_1 & p_1 & a_1 & g_1 & t_1 & I_1 & p_1 & nr_1 & hr_1 & at_1 & o_1 & tr_1 & ar_1 \\ pr_i & es_i & ss_i & hh_i & p_i & a_i & g_i & t_i & I_i & p_i & nr_i & hr_i & at_i & o_i & tr_i & ar_i \end{bmatrix} \quad (I)$$

$$\lambda = \begin{bmatrix} -1_i \\ -1_i \end{bmatrix}$$

$$\overline{B} = \lambda A \quad (II)$$

$$C_i = \frac{B_i * 100}{A_{2009}} \quad (III)$$

Hesaplanan değerlerden oluşturulan yeni endeks ek 1 de yer almaktadır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırma sorularına uygun olarak Türkiye elde ettiği gelirler itibariyle dünyada ilk onda yer alırken bu yükselişin rekabet gücünü nasıl etkilediğinin daha iyi anlaşılması amacıyla aynı dönemde ülkenin turizm ve seyahat rekabetçilik endeksinde yaşanan gelişmeler 14 başlık altında ele alınmıştır.

1. Politika Ekseni

Bu başlıkta çeşitli yıllarda sayısı değişmekle birlikte toplamda 13 alt başlık yer almaktadır. Tablo 1'den izleneceği üzere bazı alt başlıklar sonradan eklenmiş bazıları ise çıkarılmıştır. Ülkenin bu ekseninde yıllar içindeki değişimi aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Politika ekseni

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017
Politika kuralları ve düzenlemeleri	51	56	44	34	34	59	63
Yabancı mülkiyetin yaygınlığı	82	52	42	86	99	47	
Mülkiyet hakları	53	58	83	83	56	47	62
Kuralların DYY üzerindeki iş etkisi		55	50	58	53	71	47
Vize şartları	15	73	21	27	37	58	34
İkili Hava Servisi Anlaşmalarının Açıklığı	42	42	43	44	63	61	58
Devlet politika yapımında şeffaflık		59	97	54	39		
Bir iş kurmak için gereken süre		6	9	13	16	36	37
İşletme kurma maliyeti *		73	74	86	74	95	98
GATS Öğeleri				12	12		
Vergilemenin çalışma teşvikleri üzerindeki etkisi							66
Vergilemenin yatırım teşvikleri üzerindeki etkisi							71
Toplam vergi oranı% kar							85

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo incelendiğinde;

- Genel anlamda 2011 yılındaki performansın diğer ülkelere göre daha iyi olduğu söylenebilir.
- Yabancıların mülkiyet edinmesi hakkında kanun maddesinde 2012 yılında değişiklik yapılmasının ardından 2011 yılında 83. sıradayken 2015 yılında 47.

sıraya yükselmiştir (Genç, 2014:81). Bu düzenlemenin yardımıyla yabancıların mülkiyet sayılarında artışlar görülmüştür. Bu hususun endekse pozitif bir şekilde yansıdığı söylenebilir.

- Vize engelleri seyahat ve turizmin önündeki önemli engellerden birisidir. Türkiye'nin diğer ülkelerle yürüttüğü diyalog ile vize uygulanmayan ülke sayısı 79'a yükselmiştir. (Göç İdaresi, 2019).
- Bu olumlu gelişmelerle birlikte işletme kurma maliyetleri ve kazançların vergiye oranı gibi konularda mesafe alması gerektiği görülmektedir.
- Bu endekste öne çıkan bir diğer unsur politika yapıcıda şeffaflık kriterinin kaldırılmasıdır. Bu düzenlemeye ilişkin endekste bir açıklamaya rastlanmamıştır.
- Vergi teşviklerinin yeniden ele alınması yönünde sektörden gelen talebin endekse yansıdığı görülmektedir. Mevzuatta 2012 yılında yapılan düzenleme ile (Ekonomi Bakanlığı, 2012) bölgesel ve öncelikli teşvikler altında yer alan turizm yatırım türleri hariç diğer yatırım türlerinde vergisel teşviklerin kapsamının diğer sektörlerle eşit düzeyde olduğu söylenebilir.

2. Çevresel Sürdürülebilirlik

Bu başlıkta; çevreye ilişkin düzenlemeler, emisyonlar, turizmin sürdürülebilirliği, atıksu arıtımı gibi alt başlıklar yer almaktadır (Tablo 2). Çevresel sürdürülebilirlikte sürdürülebilir kalkınma hedeflerine verilen önem neticesinde 2015 yılından itibaren turizmin sürdürülebilirlik boyutu endekse eklenmiştir.

Tablo 2. Çevresel Sürdürülebilirlik

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Çevresel sürdürülebilirlik	61	90	104	85	95	95	112	126
Çevre düzenlemesinin zorluğu	56	57	84	78	84	72	78	
Çevre düzenlemelerinin uygulanması	64	67	86	75	78	73	86	
T&S endüstri gelişiminin sürdürülebilirliği	61	56	55	73	49	54	41	
Karbondiyoksit emisyonları		58	61	69	68			
Partikül madde konsantrasyonu		72	78	78	87	100	90	
Tehdit altındaki türler		104	98	107	106	108	105	
Çevre antlaşması onaylaması		121	125	117	123	115	125	
T&S gelişiminin sürdürülebilirliği						54	41	
Orman örtüsü değişimi (yıllık ortalama%) *						31	41	

Atıksu arıtımı (%)						42	53	
Kıyı kesimi balıkçılık basıncı						84	80	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Bu başlık altında ülke performansına bakıldığında yıllar itibariyle bir gerilemenin yaşandığı görülmektedir. Bu gerilemenin olası nedenlerinin birisinin onaylanan çevre anlaşmalarının geç yürürlüğe girmesi olduğu söylenebilir. Örneğin Kyoto protokolü 1994 yılında hazırlanmış 2005 yılında yürürlüğe girmiş ve Türkiye tarafından 2009 yılında onaylanmıştır. Madrid protokolü, Stockholm Sözleşmesi, Antarktika ve Atlantik çevresinin korunmasına yönelik anlaşmalarda uzun yıllar sonra onaylanan anlaşmalardandır (Dış İşleri Bakanlığı, 2020).

Turizmin sürdürülebilirliği konularında yapılan düzenlemelerin etkisi STK'ların çabaları ve özel sektöründe destekleri ile ülkenin turizm kaynaklarının korunması ve aktarılması yönünde güçlü adımlar atılmıştır. Eko turizme verilen önemin artması, leed sertifikalı konaklama tesisleri ve büyük ölçekteki şirketlerin sosyal sorumluluk projeleri bu adımlardan bazılarıdır. Bu çabaların endeks değerlerine olumlu bir şekilde yansıdığı söylenebilir.

Tehdit altındaki türlerin sayısındaki artış, kontrolsüz avlanma, insanların bu türlerin habitatlarına getirdiği tahribat ve koruma kullanma dengesinin kurulamaması gibi nedenlerle bu alt başlıkta gerileme yaşandığı görülmektedir. OECD tarafından 2008 yılında yayımlanan çevre raporuna göre turizm kentleşme ve sanayileşme ile birlikte türlerin üzerinde baskı yaratan faktörler arasında sayılmıştır (OECD 2008). Türkiye'de 2019 yılında Dünya Doğayı Koruma Birliği tarafından yayımlanan rapora göre tehlikede olan türlerin sayısı 364'e yükselmiştir (IUCN, 2020).

Ayrıca bu alandaki gerilemeler raporun ülke değerlendirmelerini içeren bölümde her dönemde yer almakta ve riskli alan olarak değerlendirilmektedir.

3. Emniyet ve Güvenlik

Destinasyonların rekabet gücünün belirlenmesinde güvenlik ve emniyet kritik öneme sahiptir. Bu husus yalnızca ziyaretçileri için değil aynı zamanda yatırım yapmak isteyen kişiler içinde bölgedeki istikrar huzur ve güven ortamının tesis edilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu başlığa ait alt başlıklar tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Emniyet ve Güvenlik

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
---------------------	------	------	------	------	------	------	------	------

Emniyet ve güvenlik	56	79	92	97	79	121	116	125
Terörün işletme maliyetleri	90	100	117	135	74	121	75	
Polis hizmetlerinin güvenilirliği	47	52	83	98	80	103	67	
Suç ve şiddetin işletme maliyetleri	51	58	65	86	74	67	75	
Trafik kazaları		97	100	46	48			
Terörizm olayının endeksi							126	
Cinayet oranı / 100.000 kişi							81	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo incelendiğinde terörün işletmelere getirdiği maliyetlerin arttığı görülmektedir. Emniyet ve güvenlik riskleri için sigorta şirketlerince bir takım çözümler sunulmaktadır. Ancak sigorta primleri risklerin yüksekliği oranında artmaktadır. Bu durum işletmelere maliyet artışı olarak yansımaktadır. Türkiye coğrafi olarak jeopolitik risklerin yüksek olduğu bir bölgede yer almaktadır. Terör olaylarının yeniden artması, komşu ülkelerle yaşanan gerginlikler 2015’den bu yana ülkenin güvenlik imajını zedeleyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olaylardan bazıları Sultanahmet’te yaşanan bombalı saldırı, Ankara garı saldırısı, Rus büyükelçiliğine saldırı ve Suriye’de yaşanan iç savaş gibi gelişmelerdir. Gezi parkı olayları sırasında kolluk kuvvetlerinin imajını sarsan paylaşımlar sosyal medyada sıklıkla yer almış ve yabancı basında da çokça servis edilmiştir. Bu sebeple polise olan güven endeksinde düşüş yaşanmıştır. Ülke, konuyla ilgili Global Finance tarafından yayımlanan raporda 107.sırada yer almıştır (GF, 2020).

Suç ve şiddet oranlarının yükselmesi yatırımcılar ve ziyaretçilerin güvenliğini tehlikeye atabilir. Yapısı itibariyle insan davranışı olarak ele alınan turizm suç ve şiddet olaylarından kolaylıkla etkilenmektedir.

4. Sağlık ve Hijyen

Turistler için gidilen ülkedeki tatil imkanları kadar sağlık olanakları ve hijyen koşulları da önemlidir. Bu bağlamda sağlık kuruluşlarının nitelikleri insan kaynakları ve temiz suya ulaşım gibi kriterlere bu başlık altında yer verilmiştir.

Tablo 4. Sağlık ve Hijyen

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Sağlık ve hijyen	54	62	62	67	64	63	64	65
Doktor yoğunluğu *	64	77	65	72	73	67	70	

İyileştirilmiş sanitasyona erişim *	54	60	63	66	67	65	55	
Geliştirilmiş içme suyuna erişim *	49	51	53	40	1	1	1	
Hastane yatakları *		66	68	67	72	68	67	
HIV prevalansı% yetişkin kişi							1	
Sıtma sıklığı vakaları / 100.000 kişi							77	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türkiye sağlık alanında yapılan yatırımlar ve düzenlemelerin etkisiyle sağlık personeli sayısı ve niteliğini geliştirmiş özel sektörün yaptığı sabit sermaye yatırımları ile teknolojik altyapısını iyileştirmiş yatak sayılarını ise arttırmıştır. 2007 yılında 170.201 olan hastane yatak kapasitesi 2016 yılında 225.863'e yükselmiştir. Ülke sağlık turizminde uzman sağlık personeli ve rekabetçi fiyat politikası ile ön plana çıkmıştır. Başta turizmin yoğun olduğu iller İstanbul, İzmir ve Muğla olmak üzere yerli ve yabancı klinik sayısında artış görülmüştür (Sağlık Bakanlığı, 2017).

Gıda üretiminde yapılan denetimler ve otellerde yapılan iyileştirmelerle hijyen konusunda ilerleme kat edilmiş içme suyu pazarındaki büyümenin etkisiyle içme suyuna erişim imkanları artmıştır. Araştırmalara göre 2015-2018 yılları arası içme suyu pazarı 4,9 milyar dolardan 7,1 milyar dolara ulaşmıştır. Ayrıca yerel yönetimlerce yapılan kaptaj, boru yenileme ve isale hattı çalışmalarının da önemli olduğu söylenebilir (Suder, 2020).

5. Sektörün Önceliklendirilmesi

Bu başlık altında sektöre ayrılan kaynakları pazarlama ve markalaşma faaliyetlerin etkinliği gibi konulara Tablo 5'te yer verilmektedir. Önceliklendirme konusu yalnızca hükümet açısından değil özel sektörün tanıtım faaliyetleri açısından da ele alınmaktadır. Fuar katılımları ile ilgili kriterler çıkarılırken veri kalitesi ve marka stratejisi gibi kriterler endekse eklenmiştir.

Tablo 5a. Önceliklendirme

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Seyahat ve Turizmde Önceliklendirme	54	45	46	61	63	83	87	39
Hükümetin T&T endüstrisine öncelik vermesi	73	58	35	65	36	59	66	-
T&T hükümet harcamaları *	110	118	121	133	136	137	132	-
Pazarlama ve markalaşmanın etkinliği	65	63	41	47	48	58	66	-
T&T fuarına katılım *	-	5	14	-	-	-	-	-
T&T verilerinin kapsamlılığı	-	-	-	1	25	5	5	

T&T verilerinin zamanlaması	-	-	-	6	7	7	17	-
Ülke marka stratejisi derecesi	-	-	-	-	-	117	115	-

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Turizme ayrılan bütçe bakımından değerlendirildiğinde endeksteki düşüşün dolar kuru ile ilgili olabileceği söylenebilir. Dolar bazında yıllar itibariyle ayrılan miktarlar incelendiğinde düşüş olduğu görülmektedir. 2015 yılındaki düşüşün bakanlığın ihale süreci ile ilgili olduğu söylenebilir (WEB 1, 2020).

Tablo 5b. Bütçeden Turizme Ayrılan Pay (Yıllar/Milyon Dolar)

2011	2012	2013	2015	2016	2017
100	89	48	15	70	67

Kaynak: Merkez bankası ortalama döviz kurlarından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Markalaşma konusunda gösterilen tüm gayretlere rağmen yaşanan terör olayları ve güvenlik riskleri sebebiyle istenen başarı yakalanamasa da pazarlama ve markalaşma yolunda önemli gelişmeler kaydedildiği söylenebilir.

6. Havayolu Altyapısı

Bu başlık altında yer verilen kriterler Tablo 6'da belirtilmiştir. Kriterler incelendiğinde hava yoluna ait kriterlerin sayıca fazla olduğu görülür ki bu durum uluslararası turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için havayolu gelişiminin önemini bir kez daha göstermektedir.

Tablo 6. Havayolu Altyapısı

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Hava taşımacılığı altyapısı	51	44	44	37	29	16	14	20
Hava taşımacılığı altyapısının kalitesi	54	49	55	44	36	34	29	
Mevcut koltuk kilometre, yerli		25	19	18	15	11	11	
Mevcut koltuk kilometreleri, uluslararası *			25	20	20	17	15	
1.000 kişi başına hareket *	65	71	67	63	56	43	40	
Havaalanı yoğunluğu *	104	85	81	78	80	88	78	
Çalışan havayolu sayısı *		14	14	13	13	11	12	
Uluslararası hava taşımacılığı ağı		43	52	34	30			

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türkiye'nin son yıllarda havacılık alanında yaptığı yatırımlar ve THY'nin pazardaki konumunun güçlenmesi ve bazı firmalarca başlatılan ucuz fiyat politikası sayesinde havayolu ile seyahat yerli turistler tarafından da tercih edilmeye başlanmıştır.

Ancak bu durum hava limanlardaki hareket sayısını ve yoğunluğu artırmıştır. Son on yılda (2009-2018) ticari uçuş sayısı %93, taşınan yolcu sayısı %146 ve taşınan kargo miktarı %232 oranında bir artış göstermiştir (DHMİ, 2018).

7. Karayolu Taşımacılığı Alt yapısı

Destinasyonlara erişimde entegre bir ulaşım ağının varlığı rekabet gücünü artıran bir diğer faktördür. Bu başlık altında limanlar demiryolu altyapıları karayolu ile birlikte ele alınmıştır (Tablo 7).

Tablo 7. Karayolu Taşımacılığı Altyapısı

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Kara taşımacılığı altyapısı	59	63		60	52	54	54	56
Yolların kalitesi	53	50	54	46	43	40	28	
Demiryolu altyapısının kalitesi	67	66	69	63	53	48	51	
Liman altyapısının kalitesi	76	83	88	72	63	57	52	
Kara ulaşım ağının kalitesi	28	46	19	23	28	33	28	
Yol yoğunluğu		41	47	52	57	53	65	
Asfalt yol yoğunluğu						37	51	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türkiye'nin bu alanda iyi bir performans sergilediği söylenebilir. Son yıllarda kamu yatırımlarının etkisiyle yol uzunluğu 2010 yılında 62715 km iken (Çetin ve diğerleri, 2011:126) yapılan yatırımların etkisiyle 2019 yılında 2.969'si otoyol olmak üzere toplam 68.170 km uzunluğa yükselmiştir (KGM, 2020).

Liman altyapısı açısından bakıldığında üç tarafı denizlerle çevrili ve Marmara denizi gibi iç denize sahip bir ülkenin kat etmesi gereken mekseferler olduğu düşünülmektedir. Kurvaziyer limanlarında modernizasyon, liner taşımacılık, ve marinalarda teknik altyapının geliştirilmesi için gerekli mevzuat ve teşvik düzenlemelerinin yapılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Demiryolu açısından 2003 yılından itibaren doksan milyar Türk lirası tutarında yapılan yatırım ile toplam demiryolu uzunluğu 12740 km ye ulaşmıştır (TCDD, 2018).

Turizmde özellikle iç bölgelerde yer alan turistik öğelere ulaşım konusunda multi-model taşımacılık yöntemleri geliştirilmelidir. Benzer şekilde bölgelerde yer alan turistik çekicilikleri kapsayan hatlar dizayn edilmesi ülkenin bu alandaki rekabet gücünü artıracığı düşünülmektedir.

8. Turizm Altyapısı

Destinasyonların rekabet gücünü etkileyen önemli bir faktör olan turizm altyapısı konaklama tesisleri ödeme çözümleri gibi alt başlıklarda endekste incelenmektedir. İş seyahatlerinin yoğunluğun artmasıyla TUI grup, Jet 2 holiday, Travcoa gibi şirketler iş seyahatleri konusunda önemli oyuncular haline gelmiştir (Marketwatch, 2020). Bunun sonucunda iş seyahatleri için önerilme maddesinin endekste bir alt başlık olarak eklendiği görülmektedir.

Tablo 8. Turizm Altyapısı

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Turizm altyapısı	55	50	44	54	45	38	42	37
Otel odaları *	61	63	64	65	63	63	64	
Büyük araç kiralama şirketlerinin varlığı *		1	1	1	1	35	20	
Visa kartlarını kabul eden ATM sayısı*	96	52	52	54	47	34	51	
İş seyahatlerinin uzatılması						14	27	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Yukarıdaki tablodan da izlenebileceği gibi Türkiye de otel odalarının yenilenmesi gerekmektedir. Bu konuda internet sitelerinde pek çok yoruma rastlamak mümkündür İnternet siteleri günümüzde ağızdan ağıza pazarlamanın önemli bir unsuru haline gelmiştir (Kitapçı ve diğerleri, 2012:269).

Operasyonel kiralama sektörünün 2014-2017 yılı arasında her yıl ortalama yüzde on beş büyümesi bu sektördeki oyuncu sayısını arttırmış hizmetin kalitesinde iyileştirmeler yaşanmıştır (Tokkder, 2020).

Öte yandan teknolojinin gelişimi ile nakit para yerine elektronik kartların kullanımı yaygınlaşmış ve 2018 yılı verilerine göre yabancıların kredi kartı kullanımı yüzde yüz artışla 21 milyar Dolara yükselmiştir (BKM, 2018). Bu gelişmeler bankacılık sektörünün atm sayısını ve teknolojisini geliştirmesini sağlamış ve ülkedeki atm sayısı 2011 yılında 31 bin civarındayken 2017 yılında 50 bini aşmıştır. Aynı dönemde dünyada yüz bin kişiye düşen atm sayısı 30'dan 39'a yükselmiştir (Statista, 2020).

9. Bilgi Teknolojileri Alt Yapısı

Diğer tüm alanlarda olduğu gibi teknoloji turizm sektörünü de dönüştürmektedir. Bu dönüşüm önceleri turistler üzerinden hissedilirken artık arz boyutunun da etkisini arttırmaktadır. Bu başlık altında yer alan alt başlıkların da teknolojinin gelişimi ile

değiştirdiği görülmektedir. Örneğin telefon hatları alt başlığının yerini internet kullanıcıları alırken son zamanlarda “b2b” ve “b2c” gibi kavramlar kullanılmaya başlanmıştır.

Tablo 9. Bilgi Teknolojileri

Altbaşlıklar /Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017
BİT altyapısı	54	55	57	59	71	68	72
İşletme İnternet kullanımının kapsamı		56	46	55	74		
İnternet kullanıcıları		66	74	65	69		
Telefon hatları	47	51	55	60			
Geniş bant İnternet aboneleri		50	46	54	56		61
Cep telefonu aboneleri		57	62	87	96		100
B2B işlemleri için BİT kullanımı					74	41	52
B2C işlemleri için internet kullanımı					56	52	46
İnternet kullanan bireyler (%)					69	72	71
5.07 Mobil ağ kapsama alanı (% pop.)						1	90
5.08 Elektrik arz kalitesi						71	83

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türkiye’de iletişim ve bilgi altyapısını güçlendirmeye yönelik yapılan kamu ve özel sektör yatırımlarının etkisiyle bu alanda 2008 yılından itibaren bir ivme yakalandığı görülebilir. Bu dönemde internet aboneliği sayısı 6 milyondan 32 milyona yükselmiştir. Ayrıca 31 Mayıs 2013 tarihinde getirilen düzenleme ile işletmelere internet sitesi kurma zorunluluğu getirilmiştir. B2B ve B2C uygulamalarında da artış gözlemlenmiştir. Bütün bu sistemlerin çalışabilmesi için zorunlu olan elektriğin arzında da zaman zaman problemler yaşanmaktadır. Enerji sistemlerinde arz kalitesi tedarik sürekliliği, ticari kalite, Teknik kalite ile değerlendirilmektedir. Bu problemlerin çözülebilmesi için yenilebilir enerji üretiminin artırılması trafo ve iletim hattı yapılarının yenilenmesi ve akıllı enerji sistemlerinin yaygınlaştırılmasının yararlı olabileceği düşünülmektedir (EMO, 2020).

10. Fiyat Rekabeti

Fiyat rekabetin önemli unsurlarından birisi olarak tüm rekabetçilik modellerinde yerini almıştır. Satın alma gücü turizm talebinin belirleyicilerindedir. Öte yandan arz boyutunda turizm sektörünün gelişmesi için vergilendirme oranlarının yüksek olmaması konaklama sektöründe oda başı elde edilen gelirlerin (REVPAR) yüksek seyahatte ise yakıt fiyatlarının düşük olması rekabet gücünü artıran faktörler olarak sayılabilir.

Tablo 10. Fiyat Rekabeti

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
T&T endüstrisinde fiyat rekabeti	86	103	109	108	112	94	70	48
Bilet vergileri ve havaalanı ücretleri *		21	22	34	26	22	28	
10.02 Satın alma gücü paritesi *	76	74	96	77	56	80	72	
10.03 Vergilemenin kapsamı ve etkisi	83	103	122	118	113			
10.04 Yakıt fiyatı seviyeleri *	107	125	127	138	139	141	132	
10.05 Otel fiyat endeksi *		48	57	43	86	58	27	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türkiye fiyat üstünlüğü ile öne çıkan bir ülkedir. Son zamanlarda uygulanan her şey dahil sistemi ve erken rezervasyon fırsatları fiyatların daha rekabetçi hale gelmesini sağlamıştır. Ulaştırma sektöründe uygulanan vergi oranları ve havalimanı ücretlerinde makul seviyelerin yakalandığı söylenebilir.

Otel fiyat endeksleri beş yıldızlı otellerin yıl boyunca ortalama oda fiyatlarını yansıtmaktadır (WEF, 2015). Buna göre İstanbul için REVPAR değerlerinde ciddi düşüşler yaşanmıştır. 2015 yılında 87 Euro olan bu değer 2017 yılında dramatik bir düşüşle 30 Euro seviyelerine kadar gerilemiştir (STR 2017).

Fiyatlarda yaşanan düşüslere rağmen yakıt seviyelerinde yaşanan dalgalanmalar ve yakıt üzerindeki vergi yükü, akaryakıttan alınan vergilerin toplam vergiye oranı yüzde on üçünü oluşturmakta ve bu durum ülkenin bu alanda rekabet gücüne ciddi zarar vermektedir (Tosun ve diğerleri, 2017:66).

11. İnsan Kaynakları

Turizm sektörü diğer hizmet sektörleri ile benzer şekilde emek yoğun bir yapıdadır. Turizm de yönetimden sizi resepsiyonda ilk karşılayan kişiye kadar her aşamada insan faktörü yer almaktadır. Bu sebeple insan kaynaklarının ve iş gücünün yetenekleri rekabet gücünü belirleyen faktörler arasında yer almaktadır. Endeks incelendiğinde en çok önem verilen alanlardan birisi olduğu görülmektedir.

Tablo 11. İnsan Kaynakları

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
İnsan kaynakları	65	73		69	68	88	94	97
İlköğretime kayıt *	111	79	77	59	34	68	85	
Ortaöğretime kayıt *	75	81	84	86	92	82	46	
Eğitim sisteminin kalitesi	73	70	77	95	81			

Araştırma ve eğitim hizmetlerinin yerel kullanılabilirliği.		43	68	58	77	96	90
Personel eğitiminin kapsamı		47	90	86	64	91	99
İşe alma ve işten çıkarma uygulamaları	88	87	51	63	44	66	90
Yabancı işçi çalıştırma kolaylığı	67	77	87	95	92	88	85
HIV yaygınlığı		1	1	1	12		
HIV / AIDS'in ticari etkisi		16	37	23	12		
Yaşam beklentisi	66	73	55	53	63		
Müşteri muamelesi						32	39
Ücret ve verimlilik						80	92
Kadınların işgücüne katılımı						128	123

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo incelendiğinde; ülkede orta öğretime katılan öğrenci sayısında artış olduğu buna karşın eğitim kalitesinin geliştirilmeye açık taraflarının bulunduğu söylenebilir. İş gücü piyasası açısından değerlendirildiğinde personel eğitimlerinin kapsamının daraldığını söylemek mümkündür. Bunun bir nedeni iş görenlerin isteksizliği olabileceği gibi sadece rutin alanlarda verilen eğitimlerin verimsiz hale gelmesi de olabilir. Öte yandan iş gücü piyasasının önemli belirleyicilerinden olan ücret ve verimlilik konusunda zamana dayalı maliyetlime veya faaliyete dayalı maliyetlime sistemleri ile ölçümlerden yararlanılarak yeni bir yaklaşım geliştirilmesi gerektiği söylenebilir (TÜRSAB, 2019).

Turizm de yabancı dil sorunu aşmak ve daha düşük ücretlerle iş gücü temin etmek amacıyla yabancı iş gücünden yararlanıldığı bilinmektedir. Ancak çalışma izinleri yerli istihdamın teşviki gibi konular ve getirilen diğer kısıtlamalar ve göçmen kaçakçılığı gibi konular yabancı çalışan istihdamını zorlaştırmaktadır (TÜRSAB, 2019).

Kadınların iş gücüne katılımı turizm sektöründe geliştirilmesi gereken alanlardan biridir. Toplumsal cinsiyet uçurumu endeksinde de ülke ekonomik katılım ve fırsatlar alanında 128. Sırada yer almıştır (WEF, 2017). TÜİK rakamlarına göre bu oran tüm sektörler için yüzde otuz civarında seyretmektedir (TÜİK, 2018). Turizm sektörü için bu oranın ise yüzde yirmi beş olduğu belirtilmekle birlikte bu rakamlara aile işçiliği ve kayıt dışı istihdam dahil değildir.

12. Seyahat ve Turizm Algısı

Turizmin ülke ekonomilerine yaptığı katkının artmasına rağmen turizm olgusunun yerel halkta yarattığı algı ülkeden ve hatta bölgeden bölgeye farklılık

göstermektedir. Koruma kullanma dengesi taşıma kapasitesinin aşılması ekonomik büyümenin yerel halka yansımaması ve kültürel korumacılık gibi etmenler yerel halkın tutumunu etkileyebilmektedir. Bu başlık altında yerel halkın tutumu incelenmektedir. Bu başlık 2013 yılından sonra endeksten tamamen çıkarılmıştır.

Tablo 12. Seyahat ve turizm algısı

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Seyahat ve turizm için yakınlık	43	38	47	35	35			
Turizmde açıklık *		61	96	84	86			
Nüfusun yabancı ziyaretçilere karşı tutumu	58	39	42	27	53			
Seyahatlerinin uzatılması önerilir		3	3	5	11			

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türk halkı misafirlerine olan olumlu tutumları ile bilinir ve konuksever özelliğine sıklıkla vurgu yapılır. Ancak turistik işletmelere turizme karşı yerel halkın çok da olumlu düşünmediği sıklıkla dile getirilen bir gerçektir. Yatırımlara ait çevre etki değerlendirme bilgilendirme toplantılarında Turizm çevre tahribatı ve rant gibi kaygıları akla getirirken yerel dokunun bozulacağı korkusu halk arasında yaygın bir kanı haline gelmiştir. Burada turizmden elde edilen gelirin yöre halkına yansıma oranının düşük olmasının da önemli bir etken olduğu düşünülmektedir.

13. Doğal Kaynaklar

Turizm arzının bir unsuru olan doğal kaynaklar pazarlama stratejilerinde merkezi konumda yer almaktadır. Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden dördünü bünyesinde barındıran turizm sektörü için bu kaynakların korunması ve etkin şekilde kullanılması önem taşımaktadır. Bununla birlikte flora ve fauna özellikleri deniz koruma alanları ve çevre kalitesi gibi alt kavramlar bu başlık altında incelenmektedir.

Tablo 13. Doğal kaynaklar

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Doğal kaynaklar	47	79	89	81	78	16	70	77
Dünya Mirası doğal yerlerinin sayısı		21	23	24	25	43	46	
Korunan alanlar	99	96	114	118	45	131	135	
Doğal çevrenin kalitesi		106	116	90	96	82		
Bilinen toplam tür		60	63	65	66	69	65	
Sözlü ve somut olmayan kültürel ifade sayısı						6	5	
Uluslararası dernek toplantılarının sayısı						20	18	

Kültür / Merkez turizm dijital talebi (en iyi 0-100)						20	27	
Doğal varlıkların çekiciliği							69	
Deniz koruma alanları					45			

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur

Türkiye'nin UNESCO dünya mirası listesinde 16'sı doğal 2'si kültürel olmak üzere toplam 18 adet kültürel ögesi bulunmaktadır (UNESCO, 2020). Ancak bu mirasın korunması konusunda kat edilmesi gereken mesafeler olduğu raporların hepsinde belirtilmektedir. Tehdit altındaki türlerin sayısındaki artış kontrolsüz avlanma insanların bu türlerin habitatlarına getirdiği tahribat ve koruma kullanma dengesinin kurulamaması gibi nedenlerle bu alt başlıkta gerileme yaşandığı görülmektedir. OECD tarafından çevre raporuna göre turizm kentleşme ve sanayileşme ile birlikte türlerin üzerinde baskı yaratan faktörler arasında sayılmıştır (OECD, 2008). Türkiye'de 2019 yılında Dünya Doğayı Koruma Birliği tarafından yayımlanan rapora göre tehlikede olan türlerin sayısı 364'e yükselmiştir (IUGN, 2019).

14. Kültürel Kaynaklar

Kültürel çekicilikler en az doğal çekicilikler kadar önem taşımaktadır. Turistle bir başka ülkedeki doğal ve tarihi somut değerlerin yanı sıra o bölgeye ait kültürel değerleri de tanımak için seyahat ederler. Bu anlamda somut olmayan değerler olarak kültürel kaynaklar önemli çekim unsurları arasında sayılmaktadır. Bir ülkenin kültürü ve sanatı sergi ve fuarlarla başka kültürlerle tanıtılabilir. Turizmin yoğun olduğu yerlerde kültürel etkinliklerinde yoğun olması bunun bir kanıtıdır. Günümüzde bu kaynakların kullanımını yoluyla üretilen yaratıcı eserlerin sayısı da artmaktadır. Destinasyona ait mimari sanatsal değerleri müzeleri gibi çekicilikler turistlerin bölgeye olan talebini de artırmaktadır.

Tablo 14. Kültürel Kaynaklar

Altbaşlıklar/Yıllar	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Kültürel kaynaklar	47	28	27	21	19	16	16	17
Dünya Mirası kültürel yerlerinin sayısı		17	17	13	12	16	13	
Spor stadyumları		80	79	81	83	29	29	
Uluslararası fuar ve sergi sayısı		31	28	26	20			
Yaratıcı endüstriler ihracatı			31	16	16			
Kültür eğlence turizm dijital talep						20	24	

Kaynak: Raporlardan yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablodaki değerler incelendiğinde

- Dünya mirası kültürel yerlerin sayısı ve diğer kültürel varlıklar bakımından ne çıkan ülkelerden biri olan ülke de son zamanlarda yaratıcı endüstrilerde sağlanan ilerlemeler ihracat rakamlarına da yansımıştır (TUİK, 2020).
- Türkiye'nin stadyum sayılarında ise kamu yatırımları sayesinde Avrupa'da en çok stadyum inşa edilen ülke olması (GSB, 2020) bu alandaki rekabet gücünü artırmıştır.
- Uluslararası fuar ve sergi sayılarında ise olumsuz bir durum gözlemlenmezken bu gösterge 2013 yılında veri setinden çıkarılmıştır.

TARTIşMA

Türkiye turizm ve seyahat rekabet raporunun yayınlandığı 2007 yılından günümüze kadar orta sıralardaki yerini korumuştur. EK 1 de 2007-2019 dönemleri arasında belirlenen 14 başlık altında ülke ilerlemelerinden yararlanılarak 2009 yılı 100 olmak üzere endeks değerleri hesaplanmıştır. Kriz dönemlerinde dahi sıralamadaki yeri fazla değişmeyen ülkenin yaşanan terör olayları, siyasi problemler ve konjonktürden kaynaklı risklere rağmen olumlu bir performans gösterdiği söylenebilir. Gezi parkı olayları, terör eylemleri ve 2009 yılı krizinde dahi ülkenin çabuk bir toparlanma eğilimine girdiği raporda dile getirilmektedir.

Türkiye'nin fiyat politikaları da raporda doğru bir strateji olarak yer almış ve fiyata duyarlı gezginlerin dikkatini çekmeyi başardığı (WEF, 2011), kış sporları sağlık turizmi kültür turizmi gibi hizmet çeşitliliği sağlayarak müşteri segmentasyonunu kriz döneminde sağladığı (WEF, 2013) belirtilmiştir.

Raporlarda geliştirilmesi gereken alanların başında çevresel sürdürülebilirlik, politik düzenlemeler kaynakların korunması, ulaşım altyapısının entegre olmaması ve yetersizliği de her yıl belirtilen eleştirilerden bazılarısıdır (WEF, 2008, 2009, 2011, 2013).

Öte yandan aynı dönemde ülkeye gelen geliş sayıları ve rekabetçilik ile endeks değerleri arasında ilişki EK 2 de incelenmiştir. 2007 yılında 23 milyon turist ağırlanırken 20 milyar gelir elde edilmiştir 2019 yılına gelindiğinde ise toplam ziyaretçi sayısı 45 milyonun biraz üzerindeyken elde edilen gelir 34 milyar Dolar'a yükselmiştir.

Anılan dönemde turizmden elde edilen gelirlerin dış borcu kapatma oranları ise 2009 yılında yüzde seksen iki ve 2017 yılı için yüzde otuz dört olarak gerçekleşmiştir (Saçık ve diğerleri, 2018:310).

Bu rakamlardan da anlaşılacağı üzere Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artış elde edilen gelire aynı oranda yansımamıştır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Türkiye turizmden elde ettiği gelirleri artırmak için çeşitli stratejiler izlese bazı alanlarda başarılı olamadığı söylenebilir.

Bu sebeple ülkenin turizm rekabet gücünün artırabilmesi için geliştirilen öneriler aşağıda yer almaktadır.

- Tanıtım faaliyetleri yapan kurumların bir araya gelerek destinasyon bazlı faaliyetlere önem vermesi gerektiği tanıtımın konvansiyonel mecralarda olduğu kadar dijital mecralarda da yapılması gerektiği düşünülmektedir. Bu aşamada üniversitelerin ilgili bölümlerinin iş birliği ve sektörün tecrübelerinden faydalanmanın başarıyı arttıracacağı değerlendirilmektedir.
- Turizm gibi emek yoğun sektörler için kalifiye eleman sorunu çözmek amacıyla türem benzeri yapıların yeniden dizayn edilerek hayata geçirilmesinin yararlı olacağı söylenebilir.
- Çevresel sürdürülebilirlik alanında turizm sektörünün koruma kullanma dengesine dikkat etmesi yerel mimariyi gözetmesi kaynakların etkin kullanımı ve çevre kalitesini artırıcı çözümler geliştirmesi ülkenin rekabet gücünü ve turizmin sürdürülebilirliğini arttıracaktır.
- Ülkenin içinde bulunduğu coğrafyadan kaynaklı jeopolitik riskler ve güvenlik endişeleri uluslararası kamuoyu nezdinde de önemli konular olup bu durum efektif ve marjinal turizm talebini etkilemektedir. Türkiye'nin çevresinde barış ve huzur ortamının sağlanması amacıyla son zamanlarda aldığı tedbirler ve üstlendiği ağır sorumluluklar ülkenin güvenlik algısını pekiştirmeye yönelik olumlu adımlar olarak sayılsa da bu gibi durumların bu coğrafyada her an tekrarlanabileceği göz önüne alınarak kriz senaryoları geliştirilmelidir.
- Rekabet gücünün artırılması amacıyla pek çok çalışma yapılmakta eylem planları gerek ülkesel gerek bölgesel düzeyde hazırlanmaktadır. Bu planların

uygulana bilirligini saglamak ve ilerlemeleri olcebilmek adına yoneticim ilkeleri cercevesine yeni mekanizmalar olusturulmalidir.

- Endekste yer alan uyarılara dikkat edildiği takdirde ülken potansiyelinin etkin ve verimli bir şekilde değerlendirebileceği bu yolla rekabet gücünü arttırılabileceği düşünölmektedir.

Çalışmada kullanılan raporlarda ana başlıklar ve alt başlıklarda yıllar itibarıyla değişimler gözlemlenmektedir. Bazı değerler ölkeler için belirtilmemiştir. Bazı ölkeler için ise hesaplamaya yetecek kadar güvenli veri bulunamamıştır. Yazar tarafından yıllar itibarıyla yaşanan değişimler literatür ışığında yorumlanmaya çalışılsa da turizm fenomenin doğası gereği bu değişimlerin gerçek nedenlerine ulaşılmamış olabilir. Bu sebeple bundan sonraki araştırmalarda nitel ve nicel tekniklerin birlikte kullanılmasının daha iyi sonuçlar verebileceği düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

Ahmed, Z.U. ve Krohn, F.B. (1990). Reversing The United States' Declining Competitiveness in The Marketing Of İnternational Tourism: A Perspective On Future Policy. *Journal of Travel Research*, 29(2), 25, 23-29.

Alavi, J. ve Yasin, M.M. (2000). A Systematic Approach To Tourism Policy. *Journal of Business Research*, 48(2), 150, 147-156.

Assaf, A.G. ve Josiassen, A. (2012). Identifying and Ranking The Determinants Of Tourism Performance: A Global İntestigation, *Journal of Travel Research*, 51(4), 391, 388-399.

Assaker, G., Hallak, R., Vinzi, V. E., O'Connor, P. (2014). An Empirical Operationalization Of Countries' Destination Competitiveness Using Partial Least Squares Modeling. *Journal of Travel Research*, 53(1), 30, 26-43.

Caber, M., Albayrak, T., Matzler, K. (2012). Classification Of The Destination Attributes İn The Content Of Competitiveness (By Revised İmportance-Performance Analysis). *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 48, 43-56.

Chens, C.Y., Sok, P., Sok, K. (2008). Evaluating The Competitiveness Of The Tourism İndustry İn Cambodia: Self-Assessment From Professionals, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(1), 45, 41-66.

Chi, C.G. ve Gursoy, D. (2009). Employee Satisfaction, Customer Satisfaction, And Financial Performance: An Empirical Examination, *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 248, 245-253.

Crouch, Jeffrey I. (2007). Modeling Destination Competitiveness: A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M., Mihalič, T. (2016). Drivers Of Destination Competitiveness In Tourism: A Global Investigation, *Journal of Travel Research*, 55(8), 1045, 1041-1050.

Çetin, B., BARIŞ, S., Saroğlu, S. (2011). Türkiye’de Karayollarının Gelişimine Tarihsel Bir Bakış, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 1(1), 126, 123-150.

Dwyer, L. ve Kim, C.V. (2003). Destination Competitiveness: Determinantes And Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 375, 369- 424.

Dupeyras, A. ve N, MacCallum (2013), “Indicators For Measuring Competitiveness In Tourism: A Guidance Document”, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing. Available online at: <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>

Enright, M. J. ve Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach, *Tourism Management*, 25(6), 780, 777-788.

Fetscherin, M. ve Stephano, R.M. (2016). The Medical Tourism Index: Scale Development And Validation, *Tourism Management*, 52, 545, 539-556.

Genç, Ş. (2014). Geçmişten Günümüze Türkiye’de Yabancı Gerçek Kişilerin Taşınmaz Edinimi, *Journal of Turkish Court of Accounts/Sayıstay Dergisi*, (95) 81, 77-91.

Goffi, G.(2013). Determinants of Tourism Destination Competitiveness: A Theoretical Model and Empirical Evidence, Ph.D. Thesis. Universia Politecnica Delle Marche, Facolta DI Economia “Giorgia Fua”.

Gooroochurn, N., ve Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness Indicators In The Travel And Tourism Industry. *Tourism Economics*, 11(1), 29, 25-43.

Hong W.C. (2009). Global Competitiveness Measurement For The Tourism Sector, *Current Issues in Tourism*, 12:2, 107, 105-132

Kayar, Ç.H. ve Kozak, N.(2008). Measuring Destination Competitiveness: An Application of Travel and Tourism Competitiveness Index. The 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, 22–27 April 2008, Antalya, Turkey.

Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 175, 170-189.

Kitapçı, O., Taştan, S., Dörtüoğlu, İ. T., & Akdoğan, C. (2012). Ağızdan Ağıza Çevrimiçi İletişimin Otellerdeki Oda Satışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 269, 266-274.

Kozak, M. ve Rimmington, M. (1999). Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations And Empirical Findings, *Hospitality Management* , 18 (1999), 277, 273-283.

Levary, R.R. (2011). Multiple-Criteria Approach To Ranking Medical Tourism Destinations, *Thunderbird International Business Review*, 53(4), 532, 529-537.

Ribes, J.F.P., Rodríguez, A. R., Jiménez, M. S. (2011). Determinants Of The Competitive Advantage Of Residential Tourism Destinations In Spain, *Tourism Economics*, 17(2), 384, 373-403.

Saçık, S.Y., Akar G., Gülmez, Z. (2019). Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 310, 303-316.

Schubert, S.F., Brida, J. G., Risso, W. A. (2011). The Impacts Of International Tourism Demand On Economic Growth Of Small Economies Dependent On Tourism. *Tourism Management*, 32(2), 381, 377-385.

Toker, B. (2007). Türkiye’de turizm sektörü teşviklerinin değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 83, 81-92.

Tosun C, Uçar O, Bagdadioglu N, Yereli A. (2017). Türkiye, AB ve OECD Ülkelerindeki Akaryakıt Vergilerine Dair Mukayeseli Bir Değerlendirme, *Vergi Sorunları Dergisi*. 351, 66, 63-76.

Wu, W.W. (2011). Beyond Travel & Tourism Competitiveness Ranking Using DEA, GST, ANN and Borda Count. *Expert Systems with Applications*, 38(10), 12978, 12974-12982.

Devlet Hava Meydanları

https://www.dhmi.gov.tr/Lists/DosyaYonetimiList/Attachments/730/2018_Hava_yolu_Sektor_Raporu.pdf, erişim tarihi 12.05.2020

Dış İşleri Bakanlığı, 2020 <http://www.mfa.gov.tr/data/DISPOLITIKA/Anlasmalar.pdf>, erişim tarihi 12.05.2020

Elektrik Mühendisleri Odası, http://www.emo.org.tr/ekler/366b1d2c6c8941c_ek.pdf erişim tarihi: 12.05.2020

GF, 2020 <https://www.gfmag.com/global-data/non-economic-data/worlds-safest-countries-2019> erişim tarihi 11.05.2020

Göç İdaresi, 2019 <https://www.goc.gov.tr/turkiyenin-vize-uygulamadigi-ulkeler> erişim tarihi 11.05.2020

GSB, 2020 <https://shgm.gsb.gov.tr/> erişim tarihi 12 Mayıs 2020

IUGN, 2020 International Union for Conservation of Nature's Red List of Threatened Species erişim tarihi 11.05.2020 <https://www.iucnredlist.org/>

KGM, 2020 <https://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Kurumsal/Tarihce.aspx> erişim tarihi 12.05.2020

Marketwatch, 2020 <https://www.marketwatch.com/press-release/business-tourism-industry-sizeshare-2020-global-market-growth-demand-trends-and-forecasts-to-2026-2020-04-16> erişim tarihi: 12.05.2020

Bakanlığı, E., Uygulama, T., & Müdürlüğü, Y. S. G. (2012). Yeni Teşvik Sistemi Yatırımlarda Devlet Yardımları. Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü.

OECD, 2008 OECD environmental performance reviews Turkey 2008,

Statista, 2020 <https://www.statista.com/statistics/741708/number-of-atms-worldwide/> erişim tarihi 11.05.2020

Sağlık Bakanlığı, 2017 <https://www.saglik.gov.tr/TR,11588/istatistik-yilliklari.html> erişim tarihi 11.05.2020

STR 2017. <http://www.turob.com/tr/istatistikler/str-2017-haziran-raporu-00f3a5d> erişim tarihi 12.05.2020

SUDER, 2020 <https://suder.org.tr/ambalajli-su/istatistik/> erişim tarihi 12.05.2020

TCDD, 2018 <http://www.tcddtasimacilik.gov.tr/uploads/images/Strateji/TCDD-T-2018-istatistik-yilligiozet.pdf>, erişim tarihi 13.05.2020

TOKKDER, 2020 http://tokkder.org/wp-content/uploads/2020/05/TOKKDER-Operasyonel-KiralamaSektor-Raporu-Sunumu-2020-Yili-1_Ceyrek.pdf erişim tarihi 12.05.2020

TÜROFED, 2019 <https://www.turofed.org.tr/turizm-raporu> erişim tarihi 11.05.2020

TÜRSAB, 2019 <https://www.tursab.org.tr/arastirmalar> erişim tarihi 11.05.2020

UNESCO <http://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi> erişim tarihi 11.05.2020

WEB 1 <http://www.turizmaktuel.com/haber/son-10-yilin-en-dusuk-tanitim-butcesi> erişim tarihi 11.05.2020

WEF Global Gender Gap http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2017.pdf

World Economic Forum (2008). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Available from <http://www.weforum.org>.

World Economic Forum (2009). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Available from <http://www.weforum.org>.

World Economic Forum (2011). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Available from <http://www.weforum.org>.

World Economic Forum (2013). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Available from <http://www.weforum.org>.

World Economic Forum (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Available from <http://www.weforum.org>.

World Economic Forum (2019). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Available from <http://www.weforum.org>.

EK 1

Türkiye'nin Turizm ve Seyahat Endeksinde Yıllar İtibariyle Endeks Değişimi 2009=100

Yıllar/Kriterler	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Politika kuralları ve yönetmelikleri	84	100	100	123	123	66	57	
Çevresel Sürdürülebilirlik	141	113	100	118	109	143	92	79
Güvenlik ve güvenlik	139	114	100	95	114	68	74	64
İş Sağlığı ve Hijyen	113	100	100	92	97	98	97	95
İşin Önceliklendirilmesi	83	102	100	67	63	20	11	115
Hava taşımacılığı altyapısı	84	100	100	116	134	164	168	155
Karayolu taşımacılığı altyapısı	105	98	100	103	116	113	113	110
Turizm altyapısı	75	86	100	77	98	114	105	116
Bilişim altyapısı	105	104	100	96	75	81	200	75
Fiyat rekabet gücü	121	106	100	101	97	114	136	156
Doğal Kaynaklar	91	100	100	136	139	0	200	200
İnsan Kaynakları	110	99	100	104	106	78	69	65
Seyahat ve Turizm için yakınlık	109	119	100	126	126	200	200	200
Doğal kaynaklar	147	111	100	109	112	118	121	113
Kültürel Kaynaklar	26	96	100	122	130	141	141	137
Genel Sıralama	107	104	100	111	118	121	121	123

EK 2

Gelişler Gelirler ve Rekabetçilik Endeks Puanları Arasındaki Endeks Değerleri 2009=100

Yıllar/Kriterler	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017	2019
Genel S	107	104	100	111	118	121	121	123
Geliş	84	97	100	115	128	133	119	165

Gelir	84	101	100	112	129	126	105	138
-------	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----