

Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi: Akdeniz Çanağındaki Destinasyonlara Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz*

Travel and Tourism Competitiveness Index: A Comparison Across Mediterranean Destinations

Prof. Dr. Azize HASSAN
Gazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: azize@gazi.edu.tr

Arş. Gör. Ahmet UŞAKLI
Gazi Üniversitesi
Turizm Fakültesi
E-posta: ahmet.usakli@gazi.edu.tr

Özet

Bu çalışmada, Dünya Ekonomik Forumu'nun yayınlamış olduğu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi verileri kullanılarak, Akdeniz çanağındaki sekiz destinasyonun (Türkiye, Yunanistan, İtalya, Fransa, İspanya, Fas, Tunus ve Mısır) rekabetçilik düzeyleri incelenmiştir. Araştırma sonuçları, Akdeniz çanağındaki Avrupa destinasyonlarının rekabet gücünün, Kuzey Afrika destinasyonları ve Türkiye'ye göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca ilgili destinasyonlar arasında rekabet alanı açısından benzer ve farklı yönlerin olup olmadığını belirlemek ve destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmek amacıyla 14 değişken (rekabet alanı) üzerinde çok boyutlu ölçekleme analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda benzer rekabet profiline sahip iki destinasyon grubu ve diğerlerinden farklı rekabet profiline sahip bir destinasyon tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Rekabetçilik, Destinasyon Rekabetçiliği, Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi

Abstract

The purpose of this study is to examine the competitiveness levels of eight Mediterranean destinations (Turkey, Greece, Italy, France, Spain, Morocco, Tunisia and Egypt) using the Travel & Tourism Competitiveness Index published by World Economic Forum. The results indicate that European destinations in the Mediterranean coast are more competitive than North African destinations and Turkey. Also, a multi-dimensional scaling (MDS) analysis is utilized to generate a positioning map based on the 14 attributes (competition areas) in order to identify the strengths and weaknesses of each destination. The findings showed two groups of destinations that have similar competitiveness profiles and one destination with unique competitiveness profile.

Key Words: Competitiveness, Destination Competitiveness, Travel and Tourism Competitiveness Index

* Bu çalışma, 13. Ulusal Turizm Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

1. Giriş

2011 yılı itibariyle dünya turizmi, 983 milyon turist ve 1 trilyon dolardan fazla gelir (1,030 milyar dolar) ile oldukça önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır (World Tourism Organization, 2012). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi ise seyahat ve turizm endüstrisinin, 2012 yılı dünya gayrisafi hasılasına doğrudan katkısının yaklaşık 2 trilyon dolar (2,028 milyar dolar) olacağını tahmin etmektedir. Dolaylı ve uyarılmış etkileri de dahil edildiğinde, seyahat ve turizm endüstrisinin, 2012 yılı dünya gayrisafi hasılasının % 9,2'sini (6,5 trilyon dolar ile) oluşturacağı tahmin edilmektedir (World Travel & Tourism Council, 2012). Dünya genelindeki birçok turizm destinasyonu böylesine büyük bir endüstriden pay almaya çalışmaktadır. Ancak günümüzde turizm destinasyonları, geçmişte olduğundan daha yoğun bir rekabet ile karşı karşıyadır. Özellikle 20. yüzyıldan itibaren toplumsal hayatta meydana gelen ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik vb. gelişmeler, küresel piyasalardaki rekabeti giderek keskinleştirmektedir. Diğer tüm sektörler gibi, turizm sektörü de bu keskin rekabetten etkilenmektedir.

Günümüz turistleri daha eğitilmiş, daha bilgili, daha talepkar ve daha tecrübelidirler. Dolayısıyla günümüz turistleri daha kaliteli ve daha yüksek standartlarda hizmet almak istemektedirler. Talep tarafındaki bu gelişmelerin yanı sıra, arz tarafında da önemli değişiklikler meydana gelmektedir. Örneğin, yeni destinasyonlar ortaya çıkmakta, mevcut destinasyonların bazıları önemli ölçüde gelişmekte, ulaşım ve iletişim giderek gelişmekte, tur operatörleri ve medya gibi dış faktörler, turistlerin destinasyon seçimlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Bütün bu gelişmeler (baskılar), turizm destinasyonları arasındaki rekabeti giderek artırmaktadır (Kozak ve Baloglu, 2011). Kısacası, bir turizm destinasyonunun uzun dönemde başarılı olabilmesi ya da hayatta kalabilmesi, uluslararası turizm piyasasındaki rekabetçi üstünlüğüne ve rakipleri karşısında kendisini nasıl konumlandığına bağlıdır (Gursoy ve diğ., 2009). Dolayısıyla, destinasyon rekabetçiliğinin ölçülmesi, destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi açısından önem arz etmektedir.

Destinasyon rekabetçiliğini ölçmek amacıyla yapılan görgül çalışmaları iki grupta incelemek mümkündür. Birinci grupta çeşitli araştırmacılar tarafından toplanan birincil veriler ile yapılan görgül çalışmalar yer almaktadır (örneğin, Goodrich, 1978; Haahti ve Yavas, 1983; Javalgi ve diğ., 1992; Kozak ve Rimmington, 1999; Enright ve Newton, 2004; Bahar ve Kozak, 2007; Kozak ve diğ., 2010). Konuyla ilgili daha önce yapılan bu tür görgül çalışmalarda, destinasyonlara yönelik çeşitli nitelikler belirlenerek, turistlerin bu niteliklere göre incelenen destinasyonları değerlendirmeleri istenmekte ve rekabetçilik düzeyi bu şekilde ölçülmektedir. Bu tür bir yaklaşım, destinasyon rekabetçiliği konusunda birincil veriler sağlamasına rağmen, yapılan çalışmalar arasında bir karşılaştırma imkanı sağlamamaktadır. Çünkü bu çalışmaların büyük bir çoğunluğunda ya tek bir destinasyon incelenmiş ya da rekabetçilik düzeyini ölçmek için her araştırmacı tarafından farklı nitelikler kullanılmıştır (Gursoy ve diğ., 2009). İkinci grupta ise çeşitli kurumlar tarafından yayınlanan ikincil kaynaklar (endeksler) kullanılarak yapılan görgül araştırmalar yer almaktadır (örneğin, Sanli ve Baloglu, 2006; Gursoy ve diğ., 2009; Kayar ve Kozak, 2010). İkincil veriler kullanılarak yapılan bu tür çalışmalarda, aynı nitelikler sayıca daha fazla destinasyon için incelenmektedir. Bu nedenle endeksler kullanılarak yapılan çalışmalar, destinasyonlar arasında karşılaştırma olanağı sağlamaktadır. Yapılan yazın taraması sonucunda, çeşitli

endeksler kullanılarak yapılan bu tür çalışmalarda, tek bir zaman kesitinin ele alınarak (örneğin sadece 2007 yılı), rekabetçiliğin ölçüldüğü görülmektedir. Halbuki rekabetçilik, zaman içerisinde değişen bir niteliğe sahiptir. Bu nedenle destinasyon rekabetçiliği ölçülürken, bu tür çalışmalarda mümkün olduğunca uzun bir zaman diliminin esas alınması gerekmektedir.

Bu araştırmanın temel amacı, Dünya Ekonomik Forumu'nun yayınlamış olduğu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi (Travel & Tourism Competitiveness Index) verilerini kullanarak, Akdeniz çanağındaki sekiz destinasyonun (Türkiye, Yunanistan, İtalya, Fransa, İspanya, Fas, Tunus ve Mısır) rekabetçilik analizlerini yapmak ve söz konusu destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmektir. Çalışmada, Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi verilerinin kullanılması ile hem araştırma sonuçlarının karşılaştırılabilir olması, hem de 2008, 2009 ve 2011 yıllarına ait veriler kullanıldığı için ilgili destinasyonların rekabetçilik düzeylerinin daha geniş bir zaman dilimi içinde incelenmesi sağlanmıştır.

2. Destinasyon Rekabetçiliği

Destinasyon rekabetçiliği çeşitli araştırmacılar tarafından farklı tanımlanmıştır. Örneğin, Crouch ve Ritchie (1999) destinasyon rekabetçiliğini, "bir destinasyonun, destinasyonda yaşayan insanlara yüksek bir hayat standardı sağlayabilme gücü" (s. 137) olarak tanımlamaktadır. Hassan (2000) ise destinasyon rekabetçiliğini, "bir destinasyonun piyasada rakiplerine göre kendini avantajlı duruma getirebilecek katma değerli ürünler oluşturabilme gücü" (s. 239) olarak tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre ise "en rekabetçi destinasyon, uzun dönemde vatandaşlarına en iyi refah koşullarını sağlayabilen destinasyondur" (Bahar ve Kozak, 2007, s. 62).

Destinasyon rekabetçiliği konusunda yapılan çalışmaların geçmişi 1970'li yılların ortalarına kadar dayanmasına rağmen, ilgili çalışmaların esasında 1990'lı yıllardan itibaren önemli ölçüde arttığı görülmektedir. Konuya duyulan ilgi, 2000'li yıllarda da devam etmiş ve çeşitli yazarlar tarafından bölgesel, ulusal ya da uluslararası düzeyde araştırmalar yapılmıştır. Ancak destinasyon rekabetçiliğinin hala turizm literatürü içinde yeterli ölçüde incelenmediği söylenebilir (Kozak ve Baloglu, 2011). Özellikle konuyla ilgili kapsamlı çalışmalar sayıca çok azdır.

Destinasyon rekabetçiliği konusunda yapılan çalışmaları, model geliştirmek amacıyla yapılan kavramsal çalışmalar ve çeşitli destinasyonların rekabetçilik düzeyini ölçmek amacıyla yapılan görgül çalışmalar olarak ikiye ayırmak mümkündür (Kozak ve Baloglu, 2011). Örneğin, destinasyon rekabetçiliği konusunda model geliştirmek amacıyla yapılan çalışmalardan bazıları şunlardır: Chon ve Mayer (1995), Crouch ve Ritchie (1999), Hassan (2000), Dwyer ve Kim (2003). Söz konusu bu model çalışmalarında, destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörler açıklanmaya çalışılmıştır. Örneğin, Dwyer ve Kim (2001) tarafından geliştirilen Bütünleştirilmiş Rekabetçilik Modeli'nde, turizm destinasyonlarına yönelik rekabeti etkileyen faktörler; doğal ve geliştirilmiş kaynaklar, destinasyon yönetimi, talep koşulları, bölgesel koşullar ve destinasyon rekabeti olmak üzere beş grupta toplanmıştır. Ancak destinasyon rekabetçiliği konusunda şimdikiye kadar geliştirilmiş en kapsamlı model, hizmet endüstrisindeki rekabetçiliği turizm destinasyonlarına uyarlayan Crouch ve Ritchie'ye (1999) aittir (Enright ve Newton, 2005; Kozak ve Baloglu, 2011). Crouch ve Ritchie'ye (1999) göre en rekabetçi

destinasyon, vatandaşlarına en etkili ve sürdürülebilir refah koşullarını sağlayan destinasyondur. Bu bağlamda, bir turizm bölgesinde yaşayan insanlara yüksek bir hayat standardı oluşturabilen imkanlar, o yerin rekabet gücü olarak ifade edilmektedir. Crouch ve Ritchie (1999) rekabet gücü elde etmek için uygulanan politikaların, sürdürülebilir temellerde olmasını gerektiğini vurgulamaktadır. Rekabet gücü, sürdürülebilirlik ilkesinden ayrı düşünülemez. Bu ilke göz ardı edilirse, oluşturulan rekabet gücü aldatıcı bir durumu yansıtmış olacaktır (Kozak ve Baloglu, 2011). Crouch ve Ritchie (1999) geliştirdikleri modelde, mikro ve makro ekonomik çevrenin destinasyon rekabetçiliğini etkileyen en geniş iki faktör olduğunu belirtmektedir. Rekabetçiliği etkileyen diğer faktörler ise niteliksel belirleyiciler, destinasyon yönetimi, temel kaynak ve çekicilikler, destekleyici faktörler ve kaynaklar olmak üzere dört grupta toplanmaktadır (Crouch ve Ritchie, 1999).

Destinasyon rekabetçiliğini ölçmek amacıyla yapılan çok sayıda görgül araştırma bulunmaktadır (örneğin, Goodrich, 1978; Haahti ve Yavas, 1983; Haahti, 1986; Javalgi ve diğ., 1992; Kozak ve Rimmington, 1999; Enright ve Newton, 2004; Enright ve Newton, 2005; Bahar ve Kozak, 2007; Gomezelj ve Mihalic, 2008; Gursoy ve diğ., 2009; Kayar ve Kozak, 2010; Kozak ve diğ., 2010). İlgili çalışmalardan bazıları aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Kozak ve Rimmington (1999) İngiliz turistlerin Türkiye'nin destinasyon rekabetçiliğini nasıl algıladıklarını belirlemek amacıyla Türkiye'yi ziyaret eden İngiliz turistler üzerinde bir alan araştırması yapmışlardır. Yazarlar bu çalışmada, misafirperverlik, ödenen ücret karşısında elde edilen değer, iklim, can ve mal güvenliği, yerel ulaşım ve doğal çevre açısından Türkiye'nin Akdeniz çanağındaki diğer ülkelere göre daha rekabetçi bir pozisyona sahip olduklarını belirlemişlerdir. Ayrıca yazarlar yaptıkları bu çalışmada, destinasyon rekabetçiliğini doğru olarak ölçebilmek için hem birincil verilere hem de ikincil verilere ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaktadır. Gursoy ve diğ. (2009) ise Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi tarafından geliştirilen altı rekabetçilik endeksini kullanarak Orta Doğu'daki 10 destinasyonun rekabet düzeyini incelemiş ve Orta Doğu'daki destinasyonların rekabet alanları açısından 4 grup altında toplandıklarını tespit etmişlerdir. Buna göre birinci grupta yer alan Ürdün ve Mısır ile ikinci grupta yer alan Fas ve Yemen fiyat ve çevre alanlarında, üçüncü grupta yer alan Lübnan ve Bahreyn insan kaynakları, sosyal gelişim ve teknoloji, dördüncü grupta yer alan İsrail, Kuveyt ve Birleşik Arap Emirlikleri ise sosyal gelişim ve teknoloji alanlarında rekabet etmektedir. Diğer bir ifadeyle söz konusu bu ülkeler belirtilen alanlarda en çok rekabet gücüne sahiptir. Çalışmada incelenen bir diğer ülke ise Suudi Arabistan'dır. Suudi Arabistan, diğer ülkeler gibi çeşitli rekabet alanları altında toplanmadığı için yazarlar, Suudi Arabistan'ın çalışmada incelenen diğer ülkelere göre oldukça farklı bir rekabetçilik profiline sahip olduğunu belirtmektedir (Gursoy ve diğ., 2009). İkincil veriler kullanılarak yapılan bir diğer destinasyon rekabetçiliği çalışması ise Kayar ve Kozak'a (2010) aittir. Kayar ve Kozak (2010) Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi 2007 yılı verilerini kullanarak 28 Avrupa ülkesinin rekabetçilik analizini yaptıkları çalışmada, ilgili destinasyonların rekabetçiliklerini etkileyen en önemli faktörlerin hava ve kara yolu taşımacılığı altyapısı, doğal ve kültürel kaynaklar ile sağlık ve hijyen olduğunu tespit etmişlerdir. Yazarlar ayrıca Türkiye'nin en yüksek puanı fiyat rekabetçiliği alanında elde ettiğini ve Türkiye'nin ucuz ülke imajının hala sürdüğünü belirtmektedir (Kayar ve Kozak, 2010).

3. Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi

Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi, farklı ülkelerde seyahat ve turizm sektörünün gelişmesini cazip kılan faktörleri ve politikaları ölçmek amacıyla Dünya Ekonomik Forumu tarafından geliştirilmiştir. Sayısı her yıl değişmekle birlikte, endekste toplam 130'dan fazla ülkenin rekabetçilik verileri yer almaktadır.

Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi; Düzenleyici Çerçeve, İş Çevresi ve Altyapı, Doğal, Kültürel ve İnsan Kaynakları olmak üzere üç alt endeksten ve 14 değişkenden oluşmaktadır. İlgili endeksi oluşturan ve destinasyon rekabetçiliğini ölçmek için kullanılan bu 14 değişken ise 70'den fazla göstergeden oluşmaktadır (World Economic Forum, 2011). Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksini oluşturan 3 alt endeks ve 14 değişken Tablo 1'de yer almaktadır.

Endekste yer alan 14 değişkeni oluşturmak için kullanılan veriler ise Yönetici Anketleri (Executive Opinion Survey) ile çeşitli kurum ve kuruluşların yayınlamış olduğu ikincil kaynaklardan elde edilmektedir. Yönetici Anketleri ile verilerin elde edilmesinde 7'li Likert tipi ölçek (1=çok düşük, 7=çok yüksek) kullanılmaktadır. İkincil kaynaklardan elde edilen veriler, Yönetici Anketleri'nden elde edilen verilerle uyumlu olması için 1 ve 7 arasında değişen bir ölçeğe göre dönüştürülmektedir (World Economic Forum, 2011).

Tablo 1. Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi Parametreleri

Alt Endeks 1: Seyahat ve Turizm Endüstrisinde Düzenleyici Çerçeve <ol style="list-style-type: none">1. Politik Kurallar ve Düzenlemeler2. Çevresel Sürdürülebilirlik3. Can ve Mal Güvenliği4. Sağlık ve Hijyen5. Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi
Alt Endeks 2: Seyahat ve Turizm Endüstrisinde İş Çevresi ve Altyapı <ol style="list-style-type: none">6. Havayolu Ulaştırma Altyapısı7. Karayolu Ulaştırma Altyapısı8. Turizm Altyapısı9. Bilgi ve İletişim Teknolojisi10. Seyahat ve Turizm Endüstrisinde Fiyat Rekabetçiliği
Alt Endeks 3: Seyahat ve Turizm Endüstrisinde Doğal, Kültürel ve İnsan Kaynakları <ol style="list-style-type: none">11. İnsan Kaynakları12. Seyahat ve Turizm Endüstrisine Yönelik İlgililer13. Doğal Kaynaklar14. Kültürel Kaynaklar

Kaynak: World Economic Forum, 2011.

4. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi verileri kullanılmıştır. Söz konusu endeksin 2007, 2008, 2009 ve 2011 yıllarına ait verileri bulunmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu tarafından 2010 yılı için Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi hazırlanmadığı için ilgili yıla ait veriler bulunmamaktadır. Ayrıca yapılan incelemeler sonucunda 2007 yılına ait endeksin 13 değişkenden, diğer yıllara ait endekslerin ise 14 değişkenden oluştuğu tespit edilmiştir. Ayrıca 2008 yılından itibaren endeksi oluşturmak için kullanılan göstergelere yenileri eklenmiştir. Bu nedenle 2007 yılı endeksi ile 2008, 2009 ve

2011 yılı endeksleri arasında kullanılan değişkenler ve göstergeler açısından farklılıklar bulunmaktadır. Ölçme yöntemindeki bu değişikliğin, karşılaştırmalı analiz sonuçlarını etkilememesi için 2007 yılına ait endeks verileri kullanılmamıştır. Sonuç olarak, bu çalışmada 2008, 2009 ve 2011 yıllarına ait endeksler kullanılmıştır. İlgili yıllara ait veriler SPSS 19.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen destinasyonlar ise Kozak ve Rimmington (1999) tarafından ortaya konulan rekabet kümesi mantığı ile belirlenmiştir. Kozak ve Rimmington (1999) sunulan turistik ürün, bulunulan coğrafi bölge vb. nedenlerden dolayı tüm destinasyonların birbirleri ile doğrudan rekabet halinde olamayacaklarını belirtmektedir. Örneğin, deniz, güneş ve kumdan oluşan tatil turizminde İspanya ve Türkiye birbirine rakip iken; hem sunduğu ürün farklılığı hem de ulaşım nedeniyle ABD ya da Uzak Doğu ülkeleri Türkiye'nin doğrudan rakibi değildir (Kozak ve Rimmington, 1999). Bu nedenle, etkili bir rekabetçilik analizi için birbirleri ile doğrudan rekabet halinde olan destinasyonların belirlenmesi gerekmektedir. Yazarlar, birbirleri ile doğrudan rekabet halinde olan destinasyonların oluşturduğu bu kümeyi "rekabet kümesi" olarak adlandırmaktadır. Sundukları turistik ürün ve buldukları coğrafi bölge göz önüne alınarak, Akdeniz çanağındaki sekiz destinasyonun birbirleri ile doğrudan rekabet halinde oldukları varsayılmış ve Türkiye, Yunanistan, İtalya, Fransa, İspanya, Fas, Tunus ve Mısır'ın bu çalışma kapsamında incelenmesine karar verilmiştir.

Çalışma kapsamındaki destinasyonların genel rekabetçilik düzeyleri ve alt endekslere ait rekabetçilik düzeylerini incelemek için 2008, 2009 ve 2011 yıllarına ait puanlar, sıra değerleri ve bu yılların ortalamaları, tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır. Daha sonra ilgili destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek için Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'ni oluşturan 14 değişken, Çok Boyutlu Ölçekleme yöntemi Alscal prosedürü (Multidimensional Scaling, Alscal procedure) kullanılarak analiz edilmiştir. Çok boyutlu ölçekleme, hem çok değişkenli hem de keşifsel veri analizinde oldukça popüler bir teknik olup; rekabetçilik, konumlandırma ve imaj çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır (Gursoy ve diğ., 2009). Çok boyutlu ölçekleme analizi sonucunda oluşturulan algılama haritası (perceptual map) ile iki boyutlu bir evren üzerinde destinasyonların güçlü ve zayıf yönleri görsel olarak sunulmuş ve yorumlanmıştır.

5. Araştırmanın Bulguları

5.1. Destinasyonların Rekabetçilik Düzeyleri

Araştırma kapsamında incelenen destinasyonların genel rekabetçilik düzeyleri (Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nin genel ortalaması), hem ilgili yıllar itibarıyla hem de ilgili yılların ortalaması alınarak Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Destinasyonların Genel Rekabetçilik Düzeyleri (Endeks Genel)

Destinasyonlar	2008		2009		2011		2008-2009-2011	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Ort. Puan	Sıra (Çalışma)
Fransa	5.23	10	5.34	4	5.41	3	5.33	1
İspanya	5.30	5	5.29	6	5.29	8	5.29	2
Yunanistan	4.92	22	4.91	24	4.78	29	4.87	3
İtalya	4.84	28	4.78	28	4.87	27	4.83	4
Tunus	4.41	39	4.37	44	4.39	47	4.39	5
Türkiye	4.19	54	4.20	56	4.37	50	4.25	6
Mısır	3.96	66	4.09	64	3.96	75	4.00	7
Fas	3.91	67	3.86	75	3.93	78	3.90	8

Not: Puan, 7'li ölçek (1=en düşük, 7=en yüksek) üzerinden değerlendirilmiştir.

Sıra, ilgili yıla ait endekste toplam ülke sayısı içindeki sıra değerini göstermektedir. 2008 yılında 130, 2009 yılında 133, 2011 yılında ise 139 ülke yer almaktadır.

Ortalama puan, ilgili üç yıla ait (2008, 2009 ve 2011) puanların ortalamasını göstermektedir.

Sıra (Çalışma) ise bu çalışma kapsamında incelenen ülkeler arasındaki sıralamayı göstermektedir.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, 2008, 2009 ve 2011 yıllarının ortalamaları alındığında, incelenen destinasyonlar arasında en yüksek rekabet gücüne sahip ilk üç ülke sırasıyla Fransa (5.33), İspanya (5.29) ve Yunanistan'dır (4.87). İncelenen sekiz destinasyon arasında, en düşük rekabet gücüne sahip ilk üç ülke ise sırasıyla Fas (3.90), Mısır (4.00) ve Türkiye'dir (4.25).

İncelenen destinasyonların dünya genelindeki rekabetçilik düzeyleri incelendiğinde ise Fransa ve İspanya'nın 2008, 2009 ve 2011 yılı endekslerinde dünya genelinde en rekabetçi ilk 10 ülke arasında oldukları görülmektedir. İlgili yıllar itibarıyla dünya genelinde, Yunanistan ve İtalya 20'li sıralarda, Tunus 30'lu ve 40'lı sıralarda, Türkiye 50'li sıralarda, Mısır ve Fas ise 60'lı ve 70'li sıralarda yer almıştır.

Araştırma kapsamında incelenen destinasyonların, Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'ni oluşturan üç alt endekse (Düzenleyici Çerçeve, İş Çevresi ve Altyapı, Doğal, Kültürel ve İnsan Kaynakları) ilişkin rekabetçilik düzeyleri ise Tablo 3, 4 ve 5'te detaylı olarak sunulmuştur.

Tablo 3. Düzenleyici Çerçeve Alt Endeksine Göre Destinasyonların Rekabetçilik Düzeyleri

Destinasyonlar	2008		2009		2011		2008-2009-2011	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Ort. Puan	Sıra (Çalışma)
Fransa	5.57	12	5.67	8	5.71	7	5.65	1
Yunanistan	5.46	17	5.49	18	5.11	34	5.35	2
İspanya	5.24	28	5.29	29	5.34	22	5.29	3
Tunus	5.28	25	5.26	31	5.17	31	5.24	4
İtalya	4.99	41	4.96	46	5.00	45	4.98	5
Mısır	4.54	58	4.84	52	4.53	70	4.64	6
Türkiye	4.57	56	4.60	63	4.58	66	4.58	7
Fas	4.59	55	4.59	64	4.55	69	4.57	8

Not: Tablo açıklamaları için bakınız Tablo 2.

Tablo 3'te görüldüğü üzere seyahat ve turizm endüstrisinde düzenleyici çerçeve açısından, incelenen destinasyonlar arasında rekabet gücü en yüksek ilk üç destinasyon sırasıyla Fransa (5.65), Yunanistan (5.35) ve İspanya'dır (5.29).

Diğer bir ifadeyle, Fransa, Yunanistan ve İspanya'da seyahat ve turizm endüstrisine yönelik politik kararlar ve yasal düzenlemeler diğer ülkelere göre sektörü daha teşvik edici ya da güçlendirici konumdadır. Sektöre yönelik düzenleyici çerçeve açısından Türkiye (4.58) ve Fas'ın (4.57) son iki sırada yer alması, her iki ülkede de kamu yönetiminin seyahat ve turizm sektörüne yönelik uyguladığı yasal ve politik düzenlemelerin yetersiz olduğu ve bu nedenle Akdeniz'deki destinasyonlar arasında Türkiye ve Fas'ın rekabet gücünü zayıflattığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 4. İş Çevresi ve Altyapı Alt Endeksine Göre Destinasyonların Rekabetçilik Düzeyleri

Destinasyonlar	2008		2009		2011		2008-2009-2011	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Ort. Puan	Sıra (Çalışma)
Fransa	5.28	7	5.22	7	5.35	8	5.28	1
İspanya	5.32	5	5.21	8	5.32	10	5.28	1
İtalya	4.77	24	4.68	26	4.79	27	4.75	2
Yunanistan	4.63	30	4.66	27	4.75	29	4.68	3
Tunus	3.86	49	3.87	49	4.05	54	3.93	4
Türkiye	3.73	57	3.73	60	4.02	55	3.83	5
Mısır	3.47	69	3.59	65	3.59	74	3.55	6
Fas	3.32	75	3.27	78	3.50	77	3.36	7

Not: Tablo açıklamaları için bakınız Tablo 2.

Tablo 4'te ise seyahat ve turizm endüstrisinde iş çevresi ve altyapı alt endeksine göre destinasyonların rekabetçilik düzeyleri yer almaktadır. Buna göre, seyahat ve turizm endüstrisinde iş çevresi ve altyapı açısından, incelenen destinasyonlar arasında ilk sırayı Fransa (5.28) ve İspanya (5.28) birlikte paylaşmaktadır. Bu destinasyonları sırasıyla İtalya (4.75), Yunanistan (4.68), Tunus (3.93), Türkiye (3.83), Mısır (3.55) ve Fas (3.36) takip etmektedir. Destinasyonların sıralamaları incelendiğinde, seyahat ve turizm endüstrisine yönelik iş çevresi ve altyapının Avrupa destinasyonlarında, Kuzey Afrika destinasyonları ve Türkiye'ye oranla daha gelişmiş olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, Akdeniz çanağındaki destinasyonlar arasında iş çevresi ve altyapı açısından, Avrupa destinasyonlarının rekabet gücü, Kuzey Afrika destinasyonları ve Türkiye'den daha yüksektir.

Tablo 5. Doğal, Kültürel ve İnsan Kaynakları Alt Endeksine Göre Destinasyonların Rekabetçilik Düzeyleri

Destinasyonlar	2008		2009		2011		2008-2009-2011	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Ort. Puan	Sıra (Çalışma)
İspanya	5.33	4	5.36	5	5.22	6	5.30	1
Fransa	4.85	12	5.13	11	5.18	9	5.05	2
İtalya	4.74	15	4.71	22	4.83	15	4.76	3
Yunanistan	4.66	18	4.58	27	4.48	29	4.57	4
Türkiye	4.28	44	4.28	44	4.50	28	4.35	5
Tunus	4.08	57	3.97	56	3.94	59	4.00	6
Mısır	3.86	70	3.84	73	3.77	71	3.82	7
Fas	3.81	72	3.73	83	3.74	73	3.76	8

Not: Tablo açıklamaları için bakınız Tablo 2.

Seyahat ve turizm endüstrisinde doğal, kültürel ve insan kaynakları alt endeksine göre incelenen destinasyonların rekabetçilik düzeyleri Tablo 5'te görülmektedir. Buna göre, seyahat ve turizm endüstrisinde doğal, kültürel ve insan kaynakları açısından, incelenen destinasyonlar arasında ilk üç sırada İspanya (5.30), Fransa (5.05) ve İtalya (4.76) yer almaktadır. Bu destinasyonları sırasıyla Yunanistan (4.57), Türkiye (4.35), Tunus (4.00), Mısır (3.82) ve Fas (3.76) izlemektedir. İş çevresi ve altyapı alt endeksinde olduğu gibi, seyahat ve turizm endüstrisine yönelik doğal, kültürel ve insan kaynakları açısından da incelenen destinasyonlar arasında, Avrupa destinasyonlarının, Kuzey Afrika destinasyonları ve Türkiye'ye göre daha rekabetçi oldukları görülmektedir.

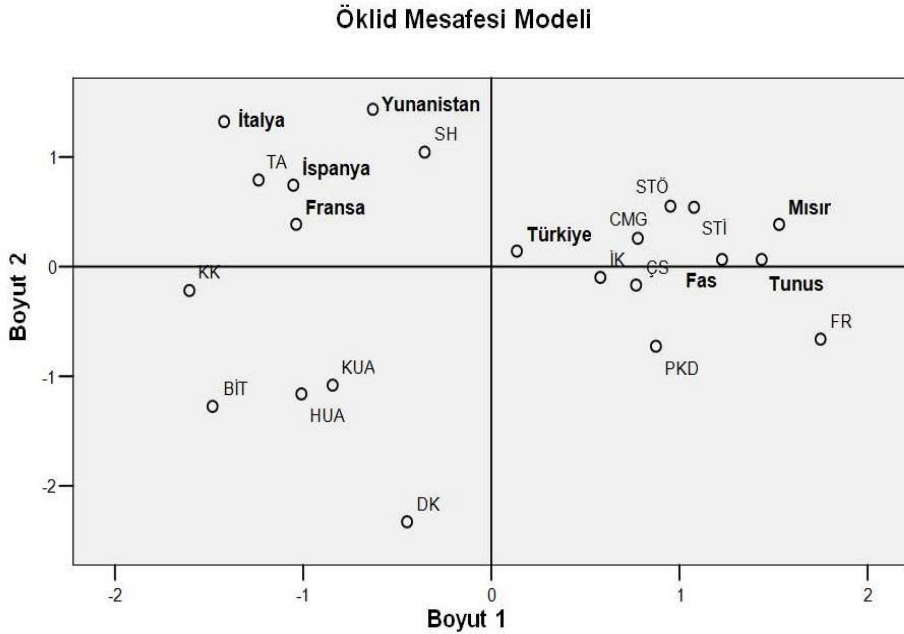
5.2. Destinasyonların Rekabet Profilleri, Güçlü ve Zayıf Yönleri

Rekabetçilik açısından benzerlik ve farklılık gösteren destinasyonların gruplandırılması ve destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi amacıyla Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'ni oluşturan 14 değişken (2008, 2009 ve 2011 yılı verileri) üzerinde Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi yapılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme analizi, nesne veya birimlerin çok boyutlu bir uzaydaki koordinat sistemi uzaklıklarından hareketle nesnelere arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya yarayan çok değişkenli istatistiksel bir yöntemdir (Hair ve diğ., 2005). Çok boyutlu ölçekleme analizinde, Takane ve diğ. (1977) tarafından önerilen ve dalgali en küçük kareler ölçeği olarak bilinen ALSCAL (Alternating Least Squares Scaling) algoritması kullanılmıştır. Çok boyutlu ölçekleme analizi sonucunda oluşturulan algılama haritası Şekil 1'de, uzaklıkların ve farklılıkların dağılımını gösteren serpilme diyagramı ise Şekil 2'de gösterilmiştir.

Çok boyutlu ölçekleme analizi yapılırken üzerinde durulması gereken iki temel istatistiksel değer bulunmaktadır. Bunlar, Stress değeri ve RSQ (squared correlation) katsayısıdır. Stress değeri ve RSQ katsayısı modelin uyumunu belirlemek için kullanılmakta ve dolayısıyla çok boyutlu ölçekleme analizinin uygulanıp uygulanamayacağını göstermektedir. Hem Stress değeri hem de RSQ katsayısı 0 ile 1 arasında değişmektedir. Çok boyutlu ölçekleme analizinde, Stress değerinin sıfıra, RSQ katsayısının ise 1'e yakın olması arzu edilmektedir. Bu çalışmada Stress değeri 0.232, RSQ katsayısı ise 0.951 olarak hesaplanmıştır. RSQ katsayısının (0.951) oldukça yüksek olması analiz için uygulanabileceğini göstermektedir. Hesaplanan Stress değerinin (0.232) modelin uyumu için yeterli

olup olmadığı konusunda ise genel geçer bir ölçüt bulunmamaktadır. Örneğin, çok değişkenli istatistiksel analiz konusunda temel referanslardan biri olarak kabul edilen Hair ve diğ. (2005) kabul edilebilir RSQ katsayısının en az 0.60 olması gerektiği belirtirken; Stress değeri için böyle bir alt limit belirtilmemiş, Stress değeri ne kadar düşükse uyumun o kadar yüksek olacağı ifade edilmiştir (s. 662). Boyut sayısı artırıldığında, Stress değeri kendiliğinden azalmaktadır. Ancak boyut sayısının artırılması ise yorumlamayı güçleştirmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada hesaplanan 0.232 Stress değerinin yeterli düzeyde olduğu kabul edilmiş ve iki boyutlu bir uzay üzerinde yorumlamalar gerçekleştirilmiştir. Modelin uyumunu belirlemek için kullanılan bir diğer yöntem ise uzaklıkların ve farklılıkların dağılımını gösteren serpilme diyagramıdır. Serpilme diyagramında uzaklıkların ve farklılıkların doğrusal bir görünüm oluşturması, analizin uygunluğunu göstermektedir. Şekil 2'de yer alan serpilme diyagramında uzaklıkların ve farklılıkların doğrusal bir görünüm oluşturduğu ve dolayısıyla yapılan analizin uygun olduğu görülmektedir.

Şekil 1. Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi Algılama Haritası

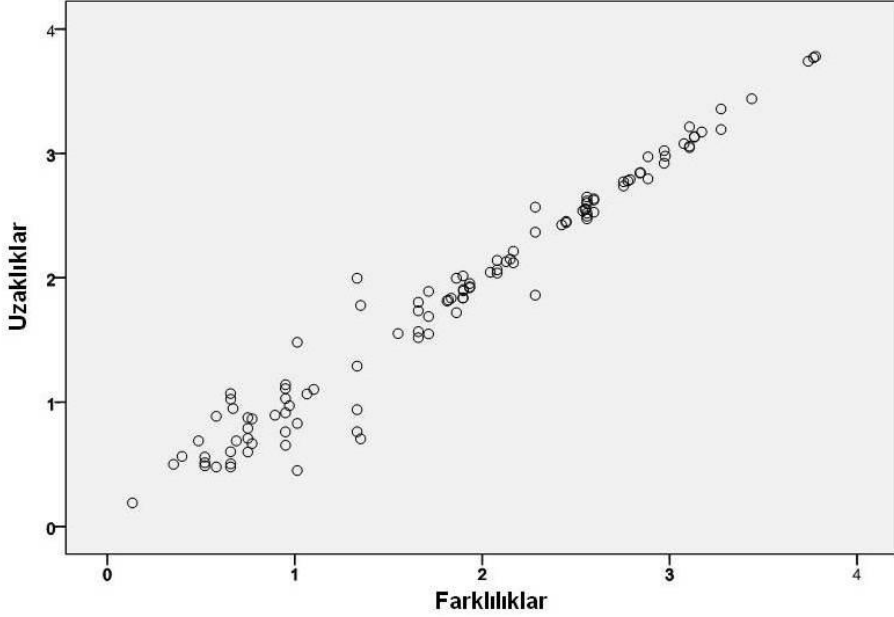


PKD=Politik Kurallar ve Düzenlemeler, ÇS=Çevresel Sürdürülebilirlik, CMG=Can ve Mal Güvenliği, SH=Sağlık ve Hijyen, STÖ=Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi, HUA=Havayolu Ulaştırma Altyapısı, KUA=Karayolu Ulaştırma Altyapısı, TA=Turizm Altyapısı, BİT=Bilgi ve İletişim Teknolojisi, FR=Fiyat Rekabetçiliği, İK=İnsan Kaynakları, STİ=Seyahat ve Turizm Endüstrisine İlişi, DK=Doğal Kaynaklar, KK=Kültürel Kaynaklar

Algılama haritası üzerinde nesnelere birbirine ne kadar yakınsa bu nesnelere incelenen değişken açısından birbirine o kadar benzer; nesnelere birbirinden ne kadar uzaksa o kadar farklıdır. Örneğin, algılama haritası üzerinde birbirine yakın olan ülkeler, rekabetçilik profili açısından birbirleri ile benzerdir. Bu durum nesnelere arasındaki ilişkiler için de geçerlidir. Örneğin, harita üzerindeki bir

rekabetçilik değişkeni bir ülkeye ne kadar yakınsa, o ülke ilgili alanında o kadar yüksek rekabet gücüne sahiptir (Gursoy ve diğ., 2009).

Şekil 2. Serpilme Diyagramı
Doğrusal Uyum Serpilme Diyagramı
Öklid Mesafesi Modeli



Şekil 1'de görüldüğü üzere, çok boyutlu ölçekleme analizi sonucunda benzer rekabet profiline sahip iki destinasyon grubu ve diğerlerinden farklı rekabet profiline sahip bir destinasyon ortaya çıkmıştır. Birinci destinasyon grubunda İspanya, Fransa, İtalya ve Yunanistan, ikinci grupta ise Tunus, Fas ve Mısır yer almaktadır. Son olarak, diğer tüm destinasyonlardan uzak bir noktada konumlandığı için Türkiye'nin farklı bir rekabet profiline sahip olduğu söylenebilir.

Birinci grupta yer alan İspanya, Fransa, İtalya ve Yunanistan hem benzer rekabet profiline sahip hem de en çok birbirleri ile rekabet etmektedir. Birinci grupta yer alan ülkelerin güçlü yanları turizm altyapısı ile sağlık ve hijyendir. İspanya, Fransa, İtalya ve Yunanistan turizm altyapısı ile sağlık ve hijyen alanlarında diğer tüm destinasyonlara göre daha rekabetçi güce sahiptir. Ancak aynı gruptaki destinasyonlar arasında da rekabet gücünün değiştiği unutulmamalıdır. Örneğin, Fransa, İspanya ve İtalya daha yakın konumlandıkları için turizm altyapısı açısından, Yunanistan'dan daha yüksek rekabet gücüne sahiptir. Benzer şekilde, Yunanistan da sağlık ve hijyen alanlarında Fransa, İspanya ve İtalya'dan daha yüksek rekabet gücüne sahiptir.

İkinci grupta yer alan Tunus, Fas ve Mısır hem benzer rekabet profiline sahip hem de en çok birbirleri ile rekabet etmektedir. İkinci grupta yer alan destinasyonlar; fiyat rekabetçiliği, seyahat ve turizmin önceliklendirilmesi, seyahat ve turizme yönelik ilgi alanlarında diğer tüm destinasyonlara göre daha yüksek rekabet gücüne sahiptir. Bu nedenle, Akdeniz çanağındaki Kuzey Afrika

destinasyonlarının daha çok fiyat bazında rekabet ettiklerini ve ekonomik gelişimlerinde turizme verdikleri önemin yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye ise algılama haritası üzerinde diğer destinasyonlardan daha uzak konumlandığı için rekabet profili açısından herhangi bir grupta yer almamaktadır. Diğer bir ifadeyle, Türkiye farklı bir rekabet profiline sahiptir. Türkiye, insan kaynakları, çevresel sürdürülebilirlik, can ve mal güvenliği alanlarında daha yüksek rekabet gücüne sahiptir.

Algılama haritası üzerinde bir destinasyon ilgili değişken(ler)e ne kadar uzak ise bu durum, destinasyonun o alanda rekabet etmediği şeklinde yorumlanabilir. Diğer bir ifadeyle, harita üzerinde destinasyonun uzak olduğu değişken o destinasyonun rekabetçilik açısından zayıf yönünü göstermektedir. Örneğin, doğal kaynaklar tüm destinasyonların zayıf yönüdür. Benzer şekilde, kültürel kaynaklar, bilgi ve iletişim teknolojisi, hava ve karayolu ulaştırma altyapısı gibi alanlar tüm destinasyonların zayıf birer yönüdür. Ancak bu zayıf yönlerin şiddeti destinasyonlar arasında da farklılık göstermektedir. Örneğin, kültürel kaynaklar, bilgi ve iletişim teknolojisi, hava ve karayolu ulaştırma altyapısı alanlarında Kuzey Afrika destinasyonlarının (Mısır, Fas ve Tunus) rekabet gücü Avrupa destinasyonlarına (Fransa, İspanya, İtalya ve Yunanistan) göre daha zayıftır.

6. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada Dünya Ekonomik Forumu'nun yayınlamış olduğu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi verileri kullanılarak, Akdeniz çanağındaki sekiz destinasyonun (Türkiye, Yunanistan, İtalya, Fransa, İspanya, Fas, Tunus ve Mısır) rekabetçilik düzeyleri incelenmiş ve söz konusu destinasyonların güçlü ve zayıf yönleri tespit edilmiştir. İncelenen sekiz destinasyon arasında genel rekabetçilik düzeyi en yüksek ilk üç destinasyon sırasıyla Fransa, İspanya ve Yunanistan'dır. Bu ülkeleri sırasıyla İtalya, Tunus, Türkiye, Mısır ve Fas izlemektedir. Genel rekabetçilik düzeyine ilişkin bu sıralama, Akdeniz çanağındaki Avrupa destinasyonlarının, Kuzey Afrika destinasyonları ve Türkiye'ye göre rekabet gücünün daha yüksek olduğunu göstermektedir. Düzenleyici çerçeve, iş çevresi ve altyapı ile doğal, kültürel ve insan kaynakları alt endeksleri açısından da benzer bir sonuçla karşılaşılmıştır. Her üç alt endekte de Avrupa destinasyonları, Kuzey Afrika destinasyonları ve Türkiye'den daha rekabetçi konumdadır.

Söz konusu destinasyonların uluslararası turizmden aldıkları pay (turist sayısı ve turizm gelirleri) göz önüne alındığında da benzer bir sıralama ile karşılaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, Avrupa destinasyonları (Fransa, İspanya ve Yunanistan) uluslararası turizmden, Kuzey Afrika destinasyonlarına (Tunus, Mısır ve Fas) göre daha fazla pay almaktadır. Benzer şekilde, Yunanistan hariç diğer Avrupa destinasyonları (Fransa ve İspanya) turizm geliri ve turist sayısı açısından, uluslararası turizm pazarında Türkiye'den daha üst sıralarda yer almaktadır (World Tourism Organization, 2012). Rekabet düzeyi ile turizm geliri ve turist sayısı sıralamasındaki bu benzerlik, uluslararası turizm pazarından daha fazla pay almak isteyen Kuzey Afrika destinasyonları ile Türkiye'nin rekabet alanları açısından Avrupa destinasyonlarını örnek alması gerektiğini göstermektedir.

Araştırma kapsamında incelenen destinasyonlar arasında rekabet alanı açısından benzer ve farklı yönlerin olup olmadığını belirlemek ve destinasyonların hangi alanlarda daha güçlü ve zayıf olduklarını tespit etmek amacıyla Seyahat ve

Turizm Rekabetçilik Endeksi'ni oluşturan 14 değişken (rekabet alanı) üzerinde çok boyutlu ölçekleme analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda oluşturulan algılama haritası aracılığıyla benzer rekabet profiline sahip iki destinasyon grubu ve diğerlerinden farklı rekabet profiline sahip bir destinasyon olduğu tespit edilmiştir. Birinci grupta Avrupa destinasyonları (Fransa, İspanya, İtalya ve Yunanistan), ikinci grupta ise Kuzey Afrika (Mısır, Tunus ve Fas) destinasyonları yer almaktadır. Aynı grup içinde yer alan ülkeler benzer rekabetçilik profiline sahiptir.

Birinci grupta yer alan Avrupa destinasyonlarının turizm altyapısı ile sağlık ve hijyen alanlarında; ikinci grupta yer alan Kuzey Afrika destinasyonlarının ise fiyat rekabetçiliği, seyahat ve turizmin önceliklendirilmesi, seyahat ve turizme yönelik ilgi alanlarında güçlü oldukları tespit edilmiştir. Kısaca Avrupa destinasyonları daha güçlü oldukları turizm altyapısı ve sağlık ve hijyen alanlarında rekabet ederken, Kuzey Afrika destinasyonları ise düşük fiyat stratejisi ve turizme verdikleri önem itibarıyla rekabet etmektedir. Bu durum Avrupa destinasyonlarının, gelişmiş turizm altyapısına ve ziyaretçi sağlığına verdikleri önemi göstermektedir. Her ne kadar turizme verilen önem yüksek olsa da; fiyat alanında rekabet etmek, Kuzey Afrika destinasyonları üzerinde ucuz destinasyon imajı oluşturmaktadır. Türkiye ise algılama haritası üzerinde her iki gruptan uzak konumlandığı için farklı bir rekabet profiline sahiptir. Yapılan inceleme sonucunda Türkiye'nin insan kaynakları, çevresel sürdürülebilirlik, can ve mal güvenliği alanlarında güçlü olduğu ve rekabetini bu alanlarda konumlandığı tespit edilmiştir.

Endekste ki diğer rekabet alanları dikkate alındığında, doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar, hava ve karayolu ulaştırma altyapısı, bilgi ve iletişim teknolojisi gibi alanlarda ilgili destinasyonların rekabet gücünün düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, ilgili destinasyonların söz konusu özelliklere sahip olmadığı anlamına gelmemektedir. Aksine ilgili destinasyonların rekabet güçlerini söz konusu alanlarda değerlendirmedikleri anlamına gelmektedir. Örneğin, doğal kaynakların tüm destinasyonlar için zayıf bir yön olarak tespit edilmesi, ilgili destinasyonların doğal kaynaklara yeterince sahip olmadıkları anlamından ziyade, destinasyonların bu alanda kendilerini yeterince konumlandırmadıkları anlamına gelmektedir. Uluslararası turizm pazarından daha fazla pay almak için destinasyonların güçlü yönlerini korumaları ve zayıf oldukları alanlarda ise kendilerini daha fazla geliştirmeleri gerekmektedir.

Ortaya koyduğu bulguların yanı sıra, bu çalışmanın bir diğer önemli katkısı ise kullanılan metodolojidir. Konuyla ilgili daha önceki görgül çalışmalar incelendiğinde, birincil veriler toplanarak yapılan araştırmalarda ya bir veya birkaç destinasyonun incelendiği ya da her araştırmada kullanılan niteliklerin farklı olduğu görülmüştür. Bu durum çalışmalar arasında karşılaştırma imkanı sağlamamaktadır. Araştırmacılar bu çalışmada kullanılan endeksi veya diğer endeksleri ve bu çalışmada izlenen yöntemi kullanarak, farklı destinasyonlara yönelik rekabetçilik analizleri yapabilirler.

Tüm çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da dikkat edilmesi gereken bazı sınırlılıklar vardır. Öncelikle bu çalışmada ortaya konulan bulguların geçerlik ve güvenilirlikleri, kullanılan verilerin (endeksin) geçerlik ve güvenilirliğine bağlıdır. Ayrıca Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde yer almayan ancak destinasyon rekabetçiliğini tam anlamıyla ölçmek için ihtiyaç duyulan diğer bazı değişkenler veya göstergeler (hizmet kalitesi, seyahat acentesi sayısı vb) olabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle birden fazla kaynak kullanılarak (örneğin,

hem birincil hem de ikincil kaynakların birlikte kullanıldığı) yapılacak gelecek çalışmalarda, destinasyon rekabetçiliğinin daha sağlıklı bir şekilde ölçülebilmesi mümkündür. Son olarak, çok boyutlu ölçüleme, kestirimsel (inferential) bir istatistiki analiz olmadığı için ortaya konulan farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadıkları bilinmemektedir.

7. Kaynakça

- Bahar, O. ve Kozak, M. (2007), 'Advancing Destination Competitiveness Research: Comparison Between Tourists and Service Providers', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22 (2), ss. 61-71.
- Chon, K. S. ve Mayer, K. J. (1995), 'Destination Competitiveness Models in Tourism and Their Application to Las Vegas', *Journal of Tourism Systems & Quality Management*, 1 (2-3-4), ss. 227-246.
- Crouch, G. I. ve Ritchie, B. J. R. (1999), 'Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity', *Journal of Business Research*, 44 (3), ss. 137-152.
- Dwyer, L. ve Kim, C. (2003), 'Destination Competitiveness: Determinants and Indicators by Current Issues', *Current Issues in Tourism*, 6 (5), ss. 369-414.
- Enright, M. J. ve Newton, J. (2004), 'Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach', *Tourism Management*, 25 (6), ss. 777-788.
- Enright, M. J. ve Newton, J. (2005), 'Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality', *Journal of Travel Research*, 43 (4), ss. 339-350.
- Gomezelj, D. O. ve Mihalic, T. (2008), 'Destination Competitiveness: Applying Different Models, The Case of Slovenia', *Tourism Management*, 29 (2), ss. 294-307.
- Goodrich, J. N. (1978), 'The Relationship Between Preferences For and Perceptions of Vacation Destinations: Application of A Choice Model', *Journal of Travel Research*, 17 (2), ss. 8-13.
- Gursoy, D., Baloglu, S. ve Chi, C. G. (2009), 'Destination Competitiveness of Middle Eastern Countries: An Examination of Relative Positioning', *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (1), ss. 151-163.
- Haahti, A. J. (1986), 'Finland's Competitive Position As a Destination', *Annals of Tourism Research*, 13 (1), ss. 11-35.
- Haahti, A. ve Yavas, U. (1983), 'Tourists' Perceptions of Finland and Selected European Countries As Travel Destinations', *European Journal of Marketing*, 17 (2), ss. 34-42.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2005), *Multivariate Data Analysis*, 6. Baskı, New Jersey: Prentice Hall.
- Hassan, S. (2000), 'Determinants of Market Competitiveness in An Environmentally Sustainable Tourism Industry', *Journal of Travel Research*, 38 (3), ss. 239-245.
- Javalgi, R. G., Thomas, E. G. ve Rao, S. R. (1992), 'US Pleasure Travellers' Perceptions of Selected European Destinations', *European Journal of Marketing*, 26 (7), ss. 45-64.
- Kayar, Ç. H. ve Kozak, N. (2010), 'Measuring Destination Competitiveness: An Application of the Travel and Tourism Competitiveness Index (2007)', *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (3), ss. 203-216.

- Kozak, M. ve Baloglu, S. (2011), *Managing and Marketing Tourist Destinations: Strategies to Gain a Competitive Edge*, Routledge: United Kingdom.
- Kozak, M., Baloglu, S. ve Bahar, O. (2010), 'Measuring Destination Competitiveness: Multiple Destinations Versus Multiple Nationalities', *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19 (1), ss. 56-71.
- Kozak, M. ve Rimmington, M. (1999), 'Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings', *International Journal of Hospitality Management*, 18 (3), ss. 273-283.
- Sanli, C. ve Baloglu, S. (2006), 'A Competitiveness Analysis of The Eight Mediterranean Countries Based on Tourism Indices', *III. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi Bildiri Kitabı*, 25-28 Mayıs 2006, Çanakkale, Türkiye, ss. 275-280.
- Takane, Y., Young, F. W. ve De Leeuw, J. (1977). 'Nonmetric Individual Differences Multidimensional Scaling: An Alternating Least Squares Method With Optimal Scaling Features', *Psychometrika*, 42, ss. 593-600.
- World Economic Forum. (2008), '*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008*', http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2008.pdf (12.05.2011)
- World Economic Forum. (2009), '*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*', http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf (12.05.2011)
- World Economic Forum. (2011), '*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*', http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf (12.05.2011)
- World Travel and Tourism Council. (2012), '*Travel and Tourism Economic Impact 2012*', http://wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf (28.09.2012).
- World Tourism Organization. (2012), '*Tourism Highlights 2012 Edition*', http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12_enhr_1.pdf (28.09.2012).