



**T.C. İSTANBUL TİCARET  
ÜNİVERSİTESİ**

**DIŞ TİCARET ENSTİTÜSÜ**

**Tartışma Metinleri**

**WPS NO/ 77 / 2017-02**

**MUĞLA'NIN ARZ-TALEP YAPISI VE GELİŞİMİ**

**Mine ÇOBAN\***

---

\* [minecoban@windowslive.com](mailto:minecoban@windowslive.com) İstanbul Ticaret Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

## **Özet**

Turizm ülkemizde ve dünya da en büyük sektörler arasında yer almakta ve günden güne gelişmeye devam etmektedir. Ülkemizin turizm cenneti olan Muğla'nın turizm konusunda geleceğe yönelik planlar yapması, tarihi, kültürel ve doğal mirasına sahip çıkması turizmin geleceği açısından oldukça önemlidir. Bu çalışmada literatür taraması yapılmış, Muğla ilinde yer alan konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, tarihi ve doğal eserler ile söz konusu eserlere olan talebi artırma ve bu konuda karşılaşılan sorunlar hakkında bilgiler toplanmıştır.

*Anahtar Kelimeler: Muğla, talep, konaklama*

## **Abstract**

It is among the tourism countries and sectors around the world and continues to evolve day by day. Muğla's tourism paradise is important in terms of the future of tourism, which is to make plans for the future of the understanding of the tourism of our country and to possess its historical, cultural and natural heritage. In this study, the literature search was done, and to have knowledge about the issues related to the ground management, travel agencies, historical and natural monuments in Muğla province and the problems encountered in this subject.

*Keywords: Muğla, supply, accommodation*

## **Giriş**

Turizm talebi “insanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turistik mal ve hizmetleri satın alma istediğinde bulunan insan miktarı” olarak ifade edilmektedir (Kozak, Akoğlan, & Kozak, 1997, s. 62). Bu talebin oluşması için bireyin yeterli gelir seviyesine sahip olması ve pazarlama çalışmalarıyla olası talebin uyarılması gerekmektedir.

Muğla’da turizmin geliştirilmesi hakkında yürütülen çalışmalar akademik olmaktan öte daha çok yerel yönetimler ve sektör yöneticileri tarafından ele alınmaktadır. Dolayısıyla bu konudaki akademik çalışmalar oldukça kısıtlıdır. İklimi, doğal çevresi, tarihi ve kültürel mirası ile ülkemizin güzide bir ili olan Muğla’nın turizm de çok yönlü bir potansiyeli bulunmakta, turizmin tüm kaynaklarının değerlendirilebileceği eşsiz bir güzelliği bulunmaktadır. Bu çalışmada Muğla’da genel olarak gerçekleştirilen turizm faaliyetlerine değinilmiş, istatistiki bilgilerden ve literatür taramasından yola çıkılarak Muğla’da turizmin genel sorunlarına ve bu sorunların çözümüne dönük bilgilere yer verilmiştir.

### **1. Turizm Talebi ve Turizm Arzı Kavramları**

Turizm talebi hakkında literatüre baktığımızda birçok tanıma rastlamak mümkündür. Turizm talebi en genel tanıma göre, “yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip insanların turistik mal ve hizmetlerden belirli bir piyasada, belirli bir fiyata ya da bedelsiz olarak rasyonel ve irrasyonel nedenlerle belirli bir dönemde satın almaya veya yararlanmaya karar verdikleri miktardır” (Kılıçaslan, 2013, s. 29).

Bir başka tanıma göre “İnsanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turistik mal ve hizmetleri satın alma istediğinde bulunan insan miktarı” turizm talebi olarak ifade edilmektedir (Kozak, Akoğlan, & Kozak, 1997, s. 62). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi, bir şeyi çok istemek talebin oluşması için yeterli değildir. Öncelikle kişinin turistik ürünü satın alabilecek gelire sahip olması, turistik faaliyeti gerçekleştirmek için boş zamanın olması ve son olarak turistik ürünü satın alabilmek için ödeme yapmaya istekli olması gerekmektedir. Turizm talebinden söz edebilmek için, aşağıdaki koşulların gerçekleşmesi gerekir (Kozak, Akoğlan, & Kozak, 1997, s. 62).

- Turizm talebi için gereksinimleri karşılayabilecek mal ve hizmetlerin var olması,
- Turistik mal ve hizmetlerin belirli bir piyasada, belirli bir fiyata turistlerin hizmetine sunulmuş olması,
- Tüketimde bulunacak kimsenin belirli bir gelire ve boş zamana sahip olması,
- Tüketicinin ürün ve hizmetlerden yararlanmak için isteğinin olması,
- Tüketim zamanının kesin olarak sınırlarının çizilmiş olması gerekmektedir.

Turizm arzı, “ bir turistik destinasyonun seyahat edenlerin ihtiyacını karşılamada sahip olduğu varlık, değer ve olanakların tümü ile belli bir zaman içindeki yolculuk ve konaklamaya dönük ve belli bir fiyata satılmaya hazır mal ve hizmetler akımı “ olarak tanımlanabilir (Olalı & Timur, 1988, s. 171).

Turizm arzı genel olarak iki şekilde ortaya çıkmaktadır. İlki, bir ülke veya bölgenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu arzdır. İkincisi ise, turistlerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına olanak veren tüm turistik hizmetlerin tamamıdır (Cengiz, 2012, s. 23).

## **2. Muğla İli Turistik Arz-Talep Kaynakları**

Günümüzde küreselleşmeyle birlikte, dünya genelinde; teknolojiye, iletişimde ve ulaşım sistemleri değişime uğramıştır. Söz konusu değişimler birçok sektör gibi turizm sektörünü de olumlu yönde etkilemiştir. Küreselleşmenin etkileri; ekonomi, hukuk, siyasi, sosyal, kültürel ve teknolojik alanlarda olduğu gibi, turizm alanında da ortaya çıkmaktadır. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği, iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler turizmin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır.

Özellikle iletişim ve ulaşım faaliyetlerinde yaşanan gelişmeler, işletmelerin sunduğu arzların tespiti ve bu arzlara ulaşım ve dolayısıyla talep yaratma doğrultusunda oldukça önemli bir etki yaratmaktadır.

Turizm talebi, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların, kendi konaklama yeri dışında yaptıkları seyahat ve geçici konaklama ile ilgili turistik üründen belirli

bir piyasada, belirli bir fiyata veya bedelsiz olarak rasyonel ya da irrasyonel nedenlerle satın almaya veya yararlanmaya karar verdikleri miktardır (Olalı & Timur, 1988, s. 31)

Ülkemizde Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği 2015 verilerine göre tesis sayıları aşağıda belirtilmektedir (tursab.org.tr):

- Turizm işletme belgeli tesis sayısı: 3309
- Turizm işletme belgeli tesis yatak sayısı: 850089
- Turizm Yatırım Belgeli Tesis Sayısı: 146162
- Turizm Yatırım Belgeli Tesis Yatak Sayısı: 314194
- Seyahat Acenteleri Sayısı: 8633
- Kar Turizmi Tesisleri: 8896

Konaklama tesisleri;

- 5 yıldızlı otel sayısı: Turizm yatırımı belgeli 199 - İşletme Belgeli: 485
- 4 yıldızlı otel sayısı: Turizm yatırımı belgeli 309 - İşletme Belgeli: 657
- 3 yıldızlı otel sayısı: Turizm yatırımı belgeli 328 - İşletme Belgeli: 823
- 2 yıldızlı otel sayısı: Turizm yatırımı belgeli 33 - İşletme Belgeli: 414
- 1 yıldızlı otel sayısı: Turizm yatırımı belgeli 23 - İşletme Belgeli: 41
- Moteller: 299
- Tatil Köyleri: Turizm yatırımı belgeli 35 - İşletme Belgeli: 83
- Termal Oteller: Turizm yatırımı belgeli 36 - İşletme Belgeli: 63

### **3. Muğla'da Tarihi Turistik Arz Kaynakları**

Muğla tarihi M.Ö. 3000 yıllarına kadar uzanır. İlk çağlarda bu bölgeye Karia'lılar yerleştiği için Karia adı verilmiştir. İlin bilinen tarihi ise Hitit'ler ile başlar. Hitit'ler bu bölgeye Lugga derlermiş. İmparatorluğun parçalanmasından sonra Frig'ler egemen olmuş, daha sonra Lydia'lılar bölgeyi ele geçirmişler, bu arada Dor'lar ve Ion'lar da yöreye göç etmişler. Bölge M.Ö. 546 yılında Pers'lerin, M.Ö. 334 yılında (Halikarnassos/Bodrum ve civarı) Makedonya Kralı Büyük İskender' in, M.Ö. 189 da Bergama Krallığının, M.Ö. 133 de Roma

İmparatorluğu'nun, Roma'nın ikiye bölünmesiyle de, Doğu Roma İmparatorluğu'nun hakimiyetine girmiştir (www.mentese.bel.tr).

Türklerin eline geçmesi Uç Beylerden Menteşe Bey tarafından 1284 de gerçekleşmiştir. Dolayısıyla böylesine eski bir geçmişe sahip ve pek çok kültüre ev sahipliği yapmış Muğla'nın çok güçlü bir yöresel çekiciliği olduğundan söz edilebilir (www.mentese.bel.tr).

#### **4. Muğla'ya Yönelik Turizm Talebi**

Türkiye'de hızla kitle turizmine yönelmesi ile birlikte kıyı turizminde pilot bölge seçilen Antalya'nın ardından 1980'li yıllarla birlikte, Türkiye'nin en uzun kıyılarına sahip ili olan Muğla ili de hızlı bir turizm yatırım alanına dönüşmeye başlamıştır. 2016 yılı Ocak-Haziran döneminde ülkemizi ziyaret eden yabancı sayısı geçen yılın aynı dönemine göre %27,89 azalış göstererek 10.740.226 olmuştur. 2016 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye'ye gelen 10.740.226 yabancı ziyaretçinin 275.633'ü (%2,57) günübirlikçidir (www.muğlakulturturizm.gov.tr).

Ocak-Haziran döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında ilk 5 il; İstanbul (%41,42; 4 448 448), Antalya (%19,59; 2 104 258), Edirne (%10,87; 1 167 836), Artvin (%9,99; 1 073 290) ve Muğla'dır (%5,3) (www.muğlakulturturizm.gov.tr).

Küresel düzeyde turizm kentlerine baktığımız zaman özellikle Türkiye'den iki önemli destinasyonun dünyada ilk 10'da yer aldığını görmekteyiz. Muğla dünyada turizm destinasyonları açısından ilk segmentte yer alan bir kent değildir. Bununla birlikte, daha çok ikincinin sonu üçüncü segmentin başında yer alacak bir performansa sahiptir.

Ancak kentin sahip olduğu değerler; yani, Bodrum, Marmaris, Fethiye gibi bölgelerin dünyanın en önemli turizm destinasyonları aralarında olmaları büyük bir potansiyel yaratmaktadır. Mevcut turizm deniz-kum-güneş'e dayalı geleneksel turizm ürünlerini ön plana çıkarmaktadır.

## Değerlendirme

Turizm sektörü geçmişten günümüze her daim hareketliliğini korumakta ve ülkelerin ekonomilerinde önemli bir yer tutan sektörler arasında durmaktadır. Pek çok ülkenin başlıca gelir kaynağı turizme dayalı etkinlikleri kapsamakta bu konuda dünya genelinde milyonlarca dolar yatırımlar yapılmaktadır. Dünya Turizm Örgütü turizm gelirinin 2020 yılında dünya genelinde 2 trilyon dolar olacağını tahmin etmektedir (Yıldız, 2011, s. 54-71). Bu durum dünya turizmindeki hareketlenmeye ivme kazandırmakta pek çok ülke reklam tanıtım faaliyetleri ve kampanyalar yürüterek turizm hacimlerini artırmaya çalışmaktadır. Böyle bir durumda turizmin ülkemiz ve küresel sektör açısından önemi tartışılmaz bir durumdadır.

Turizm ülkemiz açısından da önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Türkiye'nin en büyük ikinci endüstrisi olan turizm, ülkenin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. Dünyada turizm sektöründe izlenen hızlı büyüme eğilimi, Türkiye'de özellikle 1980'li yıllardan itibaren büyük bir gelişme göstererek ülkenin kalkınmasında rol oynayan öncül sektörlerden biri haline geldiği görülmektedir. TÜİK verileri incelendiğinde ülkemizin yıllık turizm gelirleri 6 milyar doları bulmaktadır. Gelen turistlerin %70 e kadar olan çoğunluğunu yabancı turistler oluşturmaktadır ([www.trthaber.com](http://www.trthaber.com)). Rakamsal olarak iyi görünse de ülkemizdeki turizm potansiyeli düşünüldüğünde bu rakamlar oldukça düşük kalmakta, turizm ortalamasına bakıldığında dünya listelerinde orta sıralara oynamaktayız.

Muğla ilimiz ülkemizde turizm sıralamasında ilk üç ilden biridir ve turizm arzına büyük katkı sağlamaktadır. Muğla tarihi M.Ö. 3000 yıllarına kadar uzanan, pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış, doğal zenginlikleri, denizi ve plajları, kültürel çevresi ve doğasıyla eşsiz bir turizm cennetidir. Ülkemizin genelinde olduğu gibi Muğla ilinde de turizm talebinin çoğunluğunu yabancı turistler oluşturmaktadır. Özellikle İngiltere, Almanya ve Hollanda Muğla turizminin lokomotif konumundadır. Özellikle potansiyeli düşünüldüğünde gerek Muğla ilimiz gerekse Türkiye genelinde turizmin beklentilerin oldukça altında kaldığı görülmektedir.

Muğla turizmine rakamlarla bakıldığında yıllık yerli turist sayısı 165.500 iken yabancı turist sayısının 2.916.002 olduğu görülmektedir ([www.muglakulturturizm.gov.tr](http://www.muglakulturturizm.gov.tr)). Bu durum bize yerli turistlerin turizm ekonomisindeki yerinin ne kadar düşük olduğunu göstermektedir. Seyahat acenteleri, tanıtım faaliyetleri ve fiyat avantajları sunularak yerli turistlerin bölgeyi tercih etmelerini sağlamak bölgede turizmin geleceği açısından etkili olacaktır.

Muğla ili 100 kilometreyi aşan kıyı şeridi, irili ufaklı koyları, plaj ve 5 yıldızlı otelleriyle denizin ve güneşin tadını çıkarmak isteyenler için dünya da seçkin yerler arasında bulunmaktadır. Sadece Bodrum, Marmaris ve Fethiye ilçelerinde 122 adet 5 ve 4 yıldızlı otel bulunmaktadır. Yanı sıra 22 adet tatil köyü çeşitli olanaklarıyla yerli ve yabancı turistlere hizmet vermektedir ([www.muqlakulturturizm.gov.tr](http://www.muqlakulturturizm.gov.tr)).

Ayrıca Muğla ili ilçelerine göre dağılımı incelendiğinde; Bodrum'da 41 Mavi Bayraklı plaj ve 3 Marina, Fethiye'de 4 Mavi Bayraklı plaj ve 2 Marina, Marmaris'te 19 Mavi Bayraklı plaj ve 2 Marina, Datça'da 6 Mavi Bayraklı plaj, Ortaca-Sarıgerme'de 2 Mavi Bayraklı plaj ve Ula-Akyaka'da 1 Mavi Bayraklı plaj bulunmaktadır ([www.muqlakulturturizm.gov.tr](http://www.muqlakulturturizm.gov.tr)).

Yine Turizm Bakanlığı verilerine göre seyahat acentelerin toplamı il genelinde 577'dir. Ancak söz konusu acentelerin 519 u Bodrum, Marmaris ve Fethiye ilçelerine hizmet vermektedir ([www.muqlakulturturizm.gov.tr](http://www.muqlakulturturizm.gov.tr)).

Bu veriler ışığında Muğla'da turizm arzının oldukça ileri seviyede olduğu söylenebilir. Ancak olay derinlemesine irdelendiğinde karşımıza bazı sorunlar çıkmaktadır. Bu sorunların başında arzların Muğla geneline değil de 3 ile özellikle Bodrum'a yönelik olduğu görülmekte, ardından Marmaris ve Fethiye gelmektedir. Diğer tüm ilçelerdeki acente ve otellerin toplamı gerek yatak gerek adet sayısı olarak bu üç ilçenin 5 de 1'i kadar bile değildir. Bu durum bize Muğla'da turizmin 3 temel bölgede yoğunlaştığı diğer bölgelerin turizm olanaklarından tam olarak yararlanamadığını göstermektedir.

Diğer bir taraftan ise lüks otellerin ve tatil köylerinin her şey dahil sistemi insanları otel içlerine hapsedmekte, turistler plaj ve otel arası dar bir alana sıkışmaktadır. Kitle turizmi olarak adlandırılan deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı bir turizm anlayışının benimsendiği görülmektedir.

Günümüzde turizm tek boyutlu olarak düşünülmemelidir. Yoğun iş hayatı, stres, gürültü ve trafik gibi sorunlar çağımızın sorunlarıdır. Teknolojik devrimler hayatımızı kolaylaştırdığı gibi bizleri dar alanlara hapsedmektedir. Günümüzde çoğu gezgin ve turist farklı arayışlara yönelmekte doğayla iç içe bir turizm anlayışını benimsemektedir. Kitle turizmi her daim etkisini sürdürecektir ancak doğa turizmi, kültürel turizm gibi alternatif turizm seçenekleri artık müşterilere bir 2. seçenek, alternatif olarak sunulmaktan öte turizmin ana malzemesi haline gelmeye başlamaktadır.



Muğla gibi geçmişı çok uzun yıllara dayanan, antik kentler, doğal ve kapalı müzelerle dolu, kale, cami ve türbeler ile eşsiz doğayı buluşturan büyük bir potansiyel olan ilimiz bu konularda gerek tanıtım faaliyetleri gerek seyahat acentelerinin bu konuda ilgisizliği ile yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla geleneksel turizm Muğla için temel turizm arzını oluştururken aynı zamanda turizmin çeşitlendirilmesi ve çok boyutlu hale getirilmesi gerekmektedir. Kitle turizmi hava şartlarına paralel olarak belirli sezonlara dayanmaktadır ancak tarih ve din turizmi sezon gözetmeksizin devam edebilir.

Tüm bunların dışında kitlesel turizm de dahi bazı sorunlar olduğu ticaret odalarının toplantılarında sıkça dile getirilmektedir. Bodrum Ticaret Odasının gerçekleştirdiği toplantıda bölge turizmi temel sorunları değerlendirildiğinde bazı detaylar ortaya çıkmaktadır. Bunların başında ‘markalaşma’ problemi gelmektedir ([www.geka.gov.tr](http://www.geka.gov.tr)) Tanıtımların yetersiz ve profesyonel olarak yapılmadığı belirtilmektedir. Örneğin yurt dışında gerçekleştirilen faaliyetlerde Bodrum ‘ucuz turizm’ olarak gösterilmekte bu da marka değerine zarar vermektedir.

Yanı sıra kitle turizminin sorunlarından bir diğeri de istihdam sorunlarıdır. Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA)’nın yapmış olduğu bir araştırmada Muğla nitelikli istihdam ve eğitim sorunun yoğun olarak yaşandığı bir bölge olarak kabul edilmektedir ([www.geka.gov.tr](http://www.geka.gov.tr)). Bu sorunun temelinde yine kitle turizmin sezonluk olması yatmaktadır. Bu durum belirli mevsimlerde istihdama katılan personelin eğitim ve uzmanlaşma konusunda yetersiz kalmalarına neden olmaktadır.

Özetle Muğla’da turizmin çeşitlendirilmesi ve bu çeşitliliğin finansal olarak desteklenerek tanıtım faaliyetleri ile pekiştirilmesi bölge ve ülke turizminin canlanmasında oldukça etkili olacaktır. Bu durum bir koordinasyon ve uzun vadeli bir çalışma gerektirmektedir. Muğla’da ki potansiyelin tam olarak değerlendirilmesi turizmin 12 aya yayılmasını sağlayacak arz ve talep artacaktır.

## Kaynakça

Cengiz, F. (2012). Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kılıçaslan, Y. (2013). *İktisada Giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kozak, N., Akoğlan, M., & Kozak, M. (1997). *Genel Turizm İlkeler Kavramlar*. Turhan Kitabevi.

Olalı, H., & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

*tursab.org.tr*. (tarih yok). 11 21, 2016 tarihinde Türkiye Seyahat Acentaları Birliği:  
<http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler> adresinden alındı

*www.geka.gov.tr*. (tarih yok). 09 07, 2016 tarihinde  
[http://geka.gov.tr/Dosyalar/o\\_19v5foniq18m41j74119c7tk4fu8.pdf](http://geka.gov.tr/Dosyalar/o_19v5foniq18m41j74119c7tk4fu8.pdf) adresinden alındı

*www.geka.gov.tr*. (tarih yok). 09 07, 2016 tarihinde  
[http://geka.gov.tr/Dosyalar/o\\_19v5foniq18m41j74119c7tk4fu8.pdf](http://geka.gov.tr/Dosyalar/o_19v5foniq18m41j74119c7tk4fu8.pdf) adresinden alındı

*www.mentese.bel.tr*. (tarih yok). 01 25, 2015 tarihinde Mentеше Belediyesi:  
<http://www.mentese.bel.tr/mugla-tarihi/> adresinden alındı

*www.muglakulturturizm.gov.tr*. (tarih yok). 09 12, 2016 tarihinde Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,73710/turizm-istatistikleri.html> adresinden alındı

*www.muglakulturturizm.gov.tr*. (tarih yok). 12 26, 2016 tarihinde Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,157761/konaklama-tesisleri.html> adresinden alındı

*www.muglakulturturizm.gov.tr*. (tarih yok). 12 26, 2016 tarihinde Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,157763/marinalar.html> adresinden alındı

*www.muglakulturturizm.gov.tr.* (tarih yok). 12 26, 2016 tarihinde Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,157762/seyahat-acentalari.html> adresinden alındı

*www.trthaber.com.* (tarih yok). 12 26, 2016 tarihinde <http://www.trthaber.com/haber/ekonomi/turkiyenin-2015-yili-turizm-geliri-belli-oldu-232515.html> adresinden alındı

Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.