

Araştırma Makalesi / Research Article

**ULUSLARARASI TİCARET TEORİLERİNDEN  
DESTİNASYON REKABETÇİLİĞİ MODELLERİNE  
GEÇİŞ: KAVRAMSAL BİR İNCELEME<sup>1</sup>**

Mehmet Halit AKIN\*

Kurtuluş KARAMUSTAFA\*\*

Yüksel ÖZTÜRK\*\*\*

**TRANSITION FROM INTERNATIONAL TRADE  
THEORIES TO DESTINATION COMPETITIVENESS  
MODELS: A CONCEPTUAL EVALUATION**

Öz

Uluslararası turizmin rekabetçiliğine sebep olan unsurların küresel ticaret teorileri kapsamında değerlendirmesi destinasyon rekabetçiliği modelleri ve köklerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, uluslararası ticaretin ve işletmelerin rekabetçiliğe yönelmelerinin nedenlerini ortaya koyan uluslararası ticaret teorileri ile destinasyon rekabetçiliği modelleri arasındaki ilişkiyi değerlendirerek ilgili bilgi birikimine katkıları oluşturmaktır. Diğer bir ifadeyle bu çalışma, uluslararası ticaret teorilerinden destinasyon rekabetçiliği modellerine geçiş süreci üzerine kurgulanmıştır. Çalışma kapsamında, konuyla ilgili literatür taraması yapılmış, uluslararası ticaret teorileri ile destinasyon rekabetçiliği modelleri ayrıntılı olarak ele alınarak bütünsel olarak değerlendirilmiştir. Uluslararası ticaret teorilerinde geleneksel ve yeni yaklaşımların bazı noktalarda birbirleriyle çelişmeleri sonucunda destinasyon rekabetçiliği modellerine duyulan ihtiyacın ortaya çıktığı sonucuna varılmış, ayrıca uluslararası ticaret teorileri ile destinasyon rekabetçiliği

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK ve Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA danışmanlığında Arş. Gör. Mehmet Halit AKIN tarafından Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan "Bir Turistik Destinasyon Olarak Kapadokya Bölgesinin Destinasyon Rekabetçiliği Analizi" başlıklı doktora tezinden üretilmiş olup Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından SDK-2017-7653 kodlu proje ile desteklenmiştir.

\* Arş. Gör., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, e-posta: halitakin@erciyes.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9455-0323>.

\*\* Prof. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği; Kayseri Üniversitesi Rektörlüğü, e-posta: karamustafa@erciyes.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6581-6276>.

\*\*\* Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, e-posta: yuksel.ozturk@hbu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4320-5626>.

---

Makale Gönderim Tarihi: 16.12.2019 <https://doi.org/10.11616/basbed.v20i53206.659726>

Makale Kabul Tarihi : 13.01.2020

modelleri arasında, odak noktaları ve sundukları ortak faydalar bakımından bir ilişkinin bulunduğu anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon, Destinasyon Rekabetçiliği, Uluslararası Ticaret Teorileri.

### **Abstract**

The evaluation of the factors causing the competitiveness of international tourism within the scope of global trade theories will contribute to a better understanding of destination competitiveness models and their roots. In this context, the main purpose of study is to evaluate the relationship between international trade theories and the models of destination competitiveness that reveal the reasons of international trade and the reasons for the companies to turn to competitiveness and to contribute to the relevant knowledge. In other words, this study focuses on the process of transition from international trade theories to destination competitiveness models. Within the scope of the research, literature was searched on the subject, international trade theories and destination competitiveness models were discussed in detail and evaluated as a whole. It is concluded that there is a need for destination competitiveness models as a result of the contradictions between traditional and new approaches in international trade theories, besides it is understood that there is a relationship between international trade theories and destination competitiveness models in terms of focal points and the common benefits they offer.

**Keywords:** Destination, Destination Competitiveness, International Trade Theories.

## **1. Giriş**

Refahın artması, teknolojinin gelişmesi, kentleşme ve eğitim düzeyindeki artışla beraber ortaya çıkan turizm faaliyetlerine yönelme arzusu özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında uluslararası turizm hareketlerinde ciddi artışlara sebep olmuştur (Bayer, 1992: 3). Şöyle ki İkinci Dünya Savaşı'nın hemen sonrasında 1950 yılında uluslararası turizme katılan kişi sayısı 25 milyon, elde edilen turizm gelirleri ise 2 milyar ABD Doları civarında iken 2020 yılında uluslararası turizme katılanların 1 milyar 600 milyonu aşması, turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD Doları civarına ulaşması beklenmektedir (TÜROFED, 2016; UNWTO, 2018). Bu durumda, son 70 yılda oldukça hızlı bir şekilde küresel bazda büyüyen, sunulan ürün türü ve niteliği anlamında da ciddi gelişmeler gösteren, uluslararası turizmden ticari anlamda üstünlük elde etmek isteyen destinasyonlar arasında ciddi bir rekabet ortamının oluşması da kaçınılmaz olmuştur.

Uluslararası turizmde geçmişten günümüze ortaya çıkan rekabeti açıklayan birçok rekabetçilik modeli bulunmaktadır (Porter, 1990;

Crouch ve Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Heath, 2002; Dwyer ve Kim, 2003; Vengesai, 2003; Enright ve Newton, 2004; Gooroochurn ve Sugiyarto, 2005; Ferreira ve Esteveao, 2009; Khin vd., 2014; WEF, 2017). Ancak, teknolojik gelişmelerin ülkeler arasındaki duvarları kaldırmasıyla birlikte (Dahlman, 2007), yoğun bir rekabet ortamı içerisine giren destinasyonların (Mihajlović ve Krželj Čolović, 2014) ve uluslararası ticarete konu olan geleneksel hizmet faaliyetlerinin başında yer alan uluslararası turizm hareketlerinin (Seyidoğlu, 1988), rekabetçiliğini yönlendiren unsurlarının anlaşılmasında uluslararası ticaret teorilerinin temel alınması son derece önemlidir. Diğer bir ifade ile sanayi devriminin hemen sonrasında özellikle kitle üretiminin ortaya çıkması ile birlikte günümüz rekabet modellerinin geçmişten günümüze gelişen uluslararası ticaret teorilerine dayandırılması konunun daha iyi anlaşılmasına ve karşılaşılan sorunlara yönelik çözüm önerileri üretilmesine ciddi katkılar sunması açısından önemli görülmektedir.

Bu çalışmada, uluslararası ticaret teorilerinden destinasyon rekabetçiliği modellerine geçiş süreci temel alınarak, uluslararası ticaret teorileri ile destinasyon rekabetçiliği modelleri arasındaki ilişkinin mevcut kaynaklara dayalı olarak irdelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda öncelikli olarak, uluslararası ticaret teorilerinden geleneksel ve yeni yaklaşımlar ele alınmış daha sonrasında ise destinasyon rekabetçiliği modelleri değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında elde edilecek olan sonuçların, ilgili bilgi birikimine katkılar oluşturması ve ilgili alanlarda araştırma yapacak araştırmacılara ise yol gösterici olması açısından önem ifade edeceği söylenebilir.

## **2. Kavramsal Çerçeve**

Kavramsal çerçeve kapsamında çalışmanın amacına uygun olduğu düşünülen teori ve modellerin bir süreç dâhilinde incelenmesi bütüncül bir değerlendirme yapılabilmesi açısından faydalı olacaktır. Bu doğrultuda, uluslararası ticaret teorilerinden rekabetçilik modellerine geçiş sürecinin temel alınmasının önemli bir unsur olduğu düşünülmektedir. Ortaçağın sonlarından başlayıp günümüze kadar devam eden ve 'Uluslararası Ticaret Teorilerinden Rekabetçilik Modellerine Geçiş' olarak adlandırılan süreç Şekil 1'deki gibi uyarlanmıştır. Şekil 1'de, bir ekonomik sistem olarak kabul edilen ve uluslararası ticarete ülke çıkarlarının korunması gerektiğini ifade eden merkantilizm ile başlayan uluslararası ticaret teorilerinden, rekabet gücü göstergeleri ile yerel halkın yaşam kalitesi ve refahı arasında doğru orantılı bir ilişkinin olduğunu ifade eden Bütünleştirilmiş Rekabet Modeline kadar devam eden destinasyon rekabetçiliği modellerine geçiş süreci yer almaktadır.

İlgili geçiş süreci, Cho ve Moon'un (2000: xvii) 'Ticaret Teorisinden Rekabetçilik Teorisine Geçiş' olarak adlandırdığı şekilden yararlanılarak ve geliştirilerek uyarlanmıştır.

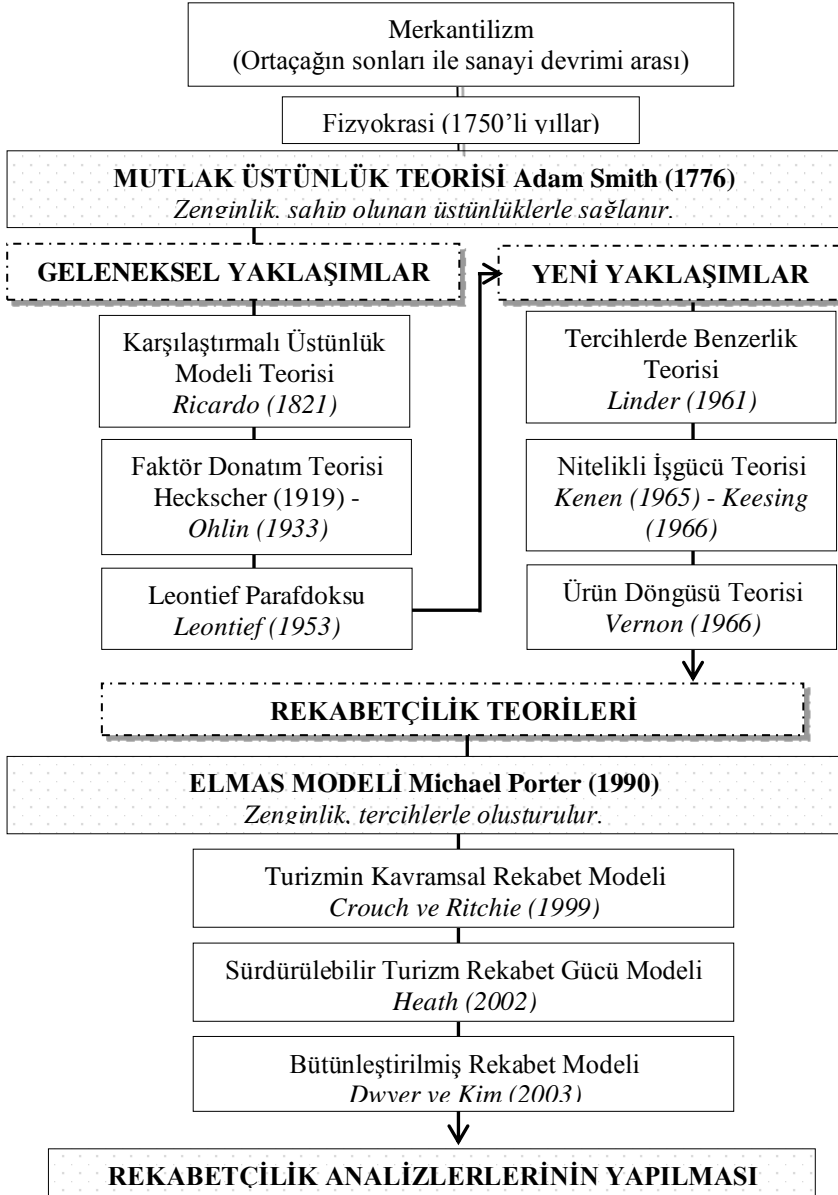
Merkantilizm ve fizyokrasi felsefeleri, uluslararası ticaret teorilerinin bilimsel olarak incelenmeye başlanmasından önceki dönemlerde görülen ve rekabet ortamının ilk olarak oluşmaya başladığı düşünülen dönemlerde uluslararası ticareti açıklayan ekonomik sistemlerdir. Daha sonraki süreçlerde görülen ve uluslararası ticaretin ve nedenlerinin ilk kez bilimsel olarak açıklanmasına odaklanan teori ise Smith'in 1776'da yayımlanan 'Ulusların Zenginliği' çalışmasında yer verdiği Mutlak Üstünlükler Teorisi olmuştur. Mutlak Üstünlükler Teorisi, hem sunmuş olduğu bilgi ve birikimle hem de sahip olduğu sınırlılıklarla yeni teoriler için bir temel oluşturmuştur ve yönlendirici etkiye sahip olmuştur. Dolayısıyla yeni teoriler, öncelikli olarak tek bir üretim faktörüne odaklanılarak geliştirilen geleneksel yaklaşımlardan oluşmuştur. Karşılıklı Üstünlük Teorisi, Faktör Donatımı Teorisi ve Leontief Paradoksu geleneksel yaklaşımlar olarak ifade edilen teorilerdir ve Smith'in teorisi ile birlikte, bir önceki teorinin eksiklikleri ve sınırlılıkları dikkate alınarak, diğer teorilerin üzerine eklemeler yapılarak geliştirilmişlerdir.

Daha sonraki süreçlerde, geleneksel yaklaşımlarla benzer şekilde, önceki teorilerin eksiklik ve sınırlılıklarını ortadan kaldırmak ve farklı varsayımlara dayalı olarak yeni fikirler sunmak isteyen modern yaklaşımlar olarak da adlandırılan yeni yaklaşımlar görülmeye başlamıştır. Yeni yaklaşımlar kapsamından ise farklı ürünler, farklı üretim faktörleri, farklı ülkeler, farklı ekonomik yapılar ve talep tarafı odaklı teoriler geliştirilmeye başlamıştır. Ürün Döngüsü Teorisi, Nitelikli İşgücü Teorisi ve Tercihlerde Benzerlik Teorisi bu dönemlerde görülmüş olan yeni yaklaşımların başında gelmektedir. Daha sonrasında ise Smith'in (1776) 'Zenginlik, sahip olunan üstünlüklerle sağlanır.' görüşü ile başlayan uluslararası ticareti anlamaya yönelik geliştirilmiş olan teoriler yerini, Porter'ın (1990) 'Zenginlik, tercihlerle oluşturulur.' görüşü temelinde geliştirilmiş olan rekabetçilik modellerine bırakmıştır. Rekabetçilik modelleri, uluslararası ticaret teorileri ile benzer şekilde, Elmas Modeli temeli alınarak ulusal rekabette ziyade belirli sektörler (özellikle destinasyonlar) arasındaki rekabete odaklı ve birbirlerini tamamlamak için geliştirilmiş modeller olarak yer almıştır.

Porter'ın (1990) Elmas Modeli bu alanda geliştirilmiş olan en önemli modellerden birisidir ve ülkelerin rekabetçi avantajı elde edebilmelerine yönelik önemli göstergeleri sunmaktadır. Daha sonraki süreçlerde görülen Turizmin Kavramsal Rekabet Modeli, en kapsamlı ve çok yönlü

olarak geliştirilmiş modellerden birisidir ve genel rekabette ziyade turizm sektörüne yönelik rekabet unsurlarına odaklanmıştır. Modeller içerisinde dikkat çeken bir özelliğe sahip olan ve diğer modellerden farklılaşan model ise Sürdürülebilir Turizm Rekabet Gücü Modeli'dir ve modeli diğerlerinden farklılaştıran unsur, insan faktörüne odaklı geliştirilmiş olmasıdır. Geçiş süreci dâhilinde ele alınmış olan en son model ise Bütünleştirilmiş Rekabet Modeli'dir. Bu model, talebin özellikleri, yapısı gibi unsurları içeren talep koşullarına odaklı olarak geliştirilmiştir. Bir bütün olarak, 'Uluslararası Ticaret Teorilerinden Rekabetçilik Modellerine Geçiş' süreci bu şekilde değerlendirilmiştir (bkz. Şekil 1).

**Şekil 1:** Uluslararası Ticaret Teorilerinden Rekabetçilik Modellerine Geçiş



**Kaynak:** Cho ve Moon, 2000, xvii'den araştırmacılar tarafından uyarlanmıştır.

## **2.1. Uluslararası Ticaret Teorileri**

Merkantilizme kadar uzanan bir tarihi geçmişe sahip olan (Özer, 2012) ve Adam Smith'in 1776'da yayımlanan 'Ulusların Zenginliği' çalışmasında ilk kez bilimsel olarak incelenen Uluslararası Ticaret Teorileri, özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan sanayi ülkeleri arasındaki karşılıklı ürün alım ve satımlarını anlama hususunda önemli rol oynamaktadırlar (Yüksel ve Saridoğan, 2011). Küreselleşme sürecinde ülkelerin ekonomik olarak gelişimlerine büyük katkılar sunan uluslararası ticaret, ülkelerin rekabetçi pozisyonlarını etkileyen ve bu ülkelerin daha kaliteli, daha ucuz, daha farklı ürünleri temin edebilmeleri bakımından karşılıklı olarak yapmakta oldukları alışverişlerden oluşan bir sistemdir (Arıca, 2014). Dolayısıyla ülkelerin rakip ülkelerle kıyasla rekabetçi pozisyonlarını artırabilmeleri için gerekli olan verimlilikleri artırmak, maliyetleri azaltmak, uzmanlaşmak, farklılaştırılmış ürün taleplerine cevap verebilmek, yeni pazarlar keşfetmek gibi unsurlardan dolayı uluslararası ticarete yönelmelerinin bir gereklilik olduğu ifade edilebilir.

Dünya üzerinde birçok farklı özelliğe ve büyüklüğe sahip ülkelerin olması, sayılamayacak çeşitte ihtiyaç ve ihtiyaçların karşılanması için sunulmuş olan mal ve hizmetlerin olması gibi nedenlerden dolayı bütün karmaşık yapıyı tek bir teorinin açıklaması mümkün değildir (Yüksel ve Saridoğan, 2011). Bu nedenden dolayıdır ki, literatürde birbirini tamamlayan birçok uluslararası ticaret teorileri mevcuttur (Smith, 1776; Ricardo, 1821; Mill, 1909; Heckscher, 1919; Haberler, 1933; Ohlin, 1933, Stolper ve Samuelson, 1941; Leontief, 1953; Rybczynski, 1955; Linder, 1961; Kenen, 1965; Keesing 1966; Vernon, 1966; Marshall, 2003). Dolayısıyla öncelikli olarak diğer teorilere temel oluşturduğu düşünülen merkantilizm ve fizyokrasinin yanı sıra geleneksel yaklaşımların, daha sonrasında ise yeni yaklaşımların ele alınması faydalı olacaktır. Bu bağlamda, merkantilizm ve fizyokrasi felsefesi ile birlikte geleneksel yaklaşımlardan Mutlak Üstünlükler Teorisi (Smith, 1776), Karşılaştırmalı Üstünlük Modeli Teorisi (Ricardo, 1821), Faktör Donatım Teorisi (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933) ve Leontief Paradoksu (Leontief, 1953) ve yeni yaklaşımlarda ise Tercihlerde Benzerlik Teorisi (Linder, 1961), Nitelikli İşgücü Teorisi (Kenen, 1965 - Keesing 1966) ve son olarak Ürün Döngüsü Teorisi (Vernon, 1966) ele alınmıştır.

### **2.1.1. Merkantilizm**

Rekabet kavramının tarihinin, insan ilişkilerinden doğan rekabet ortamından dolayı insanlık tarihiyle birlikte başladığı ancak ekonomik anlamda geçmişinin merkantilizme dayandığı düşünülmektedir (Sarı Çallı, 2015). Ortaçağın sonları ile sanayi devrimi arasındaki zaman dilimi

içerisinde görülen (Heckscher, 1936) ve 18. yüzyıla kadar varlığını devam ettiren merkantilizm (Cho ve Moon, 2000: 3), ticareti sıfır toplamlı bir oyun (*zero – sum game*) olarak görmektedir (Langdana ve Murphy, 2014: 8). Ayrıca ortaçağdaki sanayi ve ticaret örgütlenme yapılarının dağılmasından sonra Avrupa ülkelerinde güçlü ve merkezileşmiş ulus devletlerinin oluşturulmasını amaçlamaktadır (Negishi, 2001: 3). İlgili amacın ise ihracat miktarının ithalat miktarından daha fazla olması (Aizenman ve Lee, 2007) ve sahip olunan değerli maden miktarının olabildiğince artırılması ile sağlanabileceği ifade edilmektedir (Salvatore, 1986: 1-2). Ticari kapitalizmin büyümesiyle birlikte ortaya çıkan (Clarke, 1992) ve sınırlayıcı sistem olarak da adlandırılan merkantilizm yaklaşımının (Arıca, 2014) benimsenmesinin en önemli nedeninin, dünya üzerinde yeni kıtaların keşfedilmesi ile birlikte ortaya çıkan yeni pazarların daha kârlı olduğunu düşünen ülkelerin mevcut ekonomik yapılarını korumaktan ziyade daha fazla getiri sağlayabilecekleri düşüncesine kapılmaları olduğu ifade edilmektedir (Islahi, 2006). Bu durum aynı zamanda benzer düşüncelere sahip olan ülkeler arasında rekabet kavramının oluşmasına da zemin oluşturmaktadır.

### **2.1.2. Fizyokrasi**

Merkantilizm, özellikle sanayi devrimi sonrasında görülen kitlesel üretim faaliyetleri için serbest ticaret ihtiyaçlarını karşılayamaz hale gelmesiyle birlikte önemini kaybetmiştir (Irwin, 1991). Daha sonra ki süreçlerde, merkantilizm felsefesi sürecinde göz ardı edilen girişimci ruha sahip ve büyük ölçeklerde üretim yapabilecek çiftçileri ve tarımı ekonomik kalkınma için ön planda tutan fizyokrasi felsefesi ortaya çıkmıştır (Hartz, 1943; Kiernan, 1987; Banaji, 1994; Kazgan, 2000: 64; O'Brien, 2006). Fizyokrasi felsefesi, tarımın sanayi faaliyetlerinden üstün olduğunu ve rekabet ortamı da dâhil olmak üzere ekonominin bütün süreçlerinde doğal ve serbest düzenin gerekliliğini benimsemektedir (Charbit ve Virmani, 2002). Ayrıca ülkelerin üretmediği ya da pahalı ürettiği malların ticaretini yapmaları gerektiği görüşüne sahiptir (Meek, 2003: 19). Fizyokrasiye göre, değerli madenlerin artmasının ülkedeki fiyatları da artıracak olması ve bu fiyat artışlarının da daha ucuz ülkelere yapılacak olan ithalatları artıracak olması nedeniyle (Aktan, 2010), dış ticaretin artırılması her zaman ülke refahına katkı sağlamayacaktır (Charbit ve Virmani, 2002). Bu görüş, fizyokrasi felsefesinin ülkelerin üretmediği ya da pahalı ürettiği malların ticaretini yapmaları gerektiği ilkesini (Meek, 2003: 19) desteklemektedir. Bahsedilen ilke, daha sonraki dönemlerde ortaya konan birçok teoriye (Smith, 1776; Ricardo, 1821; Heckscher, 1919 ve Ohlin, 1933; Leontief, 1953; Linder, 1961; Kenen,



1965 ve Keesing 1966; Vernon, 1966) temel oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla fizyokrasinin ekonomik sistemlerde ve düşüncelerde görülen ikinci bir değişim sürecini başlattığı söylenebilir.

### 2.1.3. Mutlak Üstünlükler Teorisi

Fizyokrasinin temel oluşturduğu teorilerden ilki Mutlak Üstünlükler Teorisi olmuştur. Smith (1776), bir ülkenin mutlak üstünlüklere sahip olduğu malların üretiminde uzmanlaşmasını, tüm ticari ortak ülkeler bakımından da yararlar sunacağı pozitif toplamlı bir oyun (*positive – sum game*) olarak görmektedir (Cho ve Moon, 2000: 1). Teoriye göre, bir ülke diğer ülkelerle göre daha düşük maliyetlerle ürettiği malları üretip ihraç etmeli, daha yüksek maliyetlere ürettiği malları ise daha düşük maliyetlere üreten ülkelere ithal etmelidir. Bu durum, aynı zamanda ülkeler arası karşılıklı mal ve para değişiminin ve dolayısıyla rekabet unsurlarının ortaya çıkmasına zemin oluşturmaktadır (Cho ve Moon, 2000: 4). Teoride dikkat çeken en önemli unsur, maliyet kavramının üretim faktörlerinden sadece işgücü faktörünü kapsıyor olmasıdır (Bayraktutan, 2003). Dolayısıyla işgücü oranı yüksek olan ülke veya destinasyonların işgücüne dayalı iş alanlarında uzmanlaşmalarının ve ilgili iş alanlarına ait malları ihraç etmelerinin faydalı olacağı söylenebilir. Mutlak Üstünlükler Teorisi bağlamında turizm sektörünü değerlendirmek gerekirse; maliyet unsuru olarak sadece işgücü faktörünün göz önünde bulundurulması koşuluyla, ciddi bir turizm potansiyeline sahip olan bir bölgenin emek-yoğun hizmet veren bir sektör olan turizm sektöründe istihdam edilebilecek yüksek oranda işgücüne sahip olması durumunda turizm sektörüne yönelik ticari faaliyetlere yönelmesi uluslararası ticarete önemli bir mutlak avantaj sağlayacaktır.

### 2.1.4. Karşılaştırmalı Üstünlük Modeli Teorisi

Smith'in (1776) teorisinin, üretim faktörlerinden sadece emek faktörünü göz önünde bulundurması ve bir ülkenin bütün üretim faktörleri açısından diğer ülkelere göre mutlak üstünlüğe sahip olması veya olmaması durumunu açıklamamış olması gibi birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Mutlak üstünlükler teorisinin sınırlılıkları, Ricardo (1821) tarafından ortadan kaldırılmaya çalışılmış ve sonuç olarak, Karşılaştırmalı Üstünlük Modeli Teorisi geliştirilmiştir. Ricardo (1821) ülkelerin herhangi bir mal da mutlak üstünlüğe sahip olmaması durumlarında da uluslararası ticaretten faydalanabileceğini ve hatta bu durumun ülkeler, ekonomik faaliyetleri ve rekabet unsurları bakımından daha faydalı olacağını düşünmektedir. Bu nedenden dolayıdır ki, mutlak üstünlüğü daha da geliştirerek karşılaştırmalı üstünlüklere odaklanmıştır. Teoriye göre, karşılaştırmalı üstünlük, üretim maliyetlerinin diğer ülkelere nispeten

daha düşük olmasına dayanmaktadır (Horvat, 1999: 79). Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi ise bu dayanağı temel alarak, üretim maliyetleri bakımından diğerlerine göre üstün olan ülkelerin ilgili üretim alanındaki mallar da uzmanlaşmaları gerektiğini ve üstün olmadıkları mallar da ise diğer ülkelerin uzmanlaşmasına katkı sağlamaları gerektiğini savunmaktadır (Cho ve Moon, 2000: 7). Ancak Mutlak Üstünlük Teorisi'yle benzer şekilde, emek-değer teorisine dayanan Ricardo'nun (1821) teorisinde de tek maliyet unsuru olarak işgücü kabul edilmiştir. Turizm sektöründe tek maliyet unsuru olarak işgücü faktörünün kabul edilmesi mümkün olmamakla birlikte, teoriye göre, bir bölgenin sermaye, kaynaklar gibi diğer üretim faktörleri bakımından karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olması o bölgeye uluslararası turizm hareketliliğinde önemli avantajlar sunacaktır.

### **2.1.5. Faktör Donatımı Teorisi**

Ricardo'nun (1821) teorisi, emek faktörünü homojen bir üretim faktörü olarak kabul etmiş ve ülkelerin birden fazla farklı malın üretimini yaptığı durumunu göz ardı etmiştir (Cho ve Moon, 2000: 1). Dolayısıyla uluslararası ticareti açıklamada yetersiz kalmıştır. Daha sonraki dönemlerde ise Heckscher (1919) ve Ohlin (1933), Karşılaştırmalı Üstünlük Modeli Teorisi'nin eksikliklerini giderme ve uluslararası ticareti tam anlamıyla açıklamak amacıyla Faktör Donatımı Teorisini geliştirmiştir. Ricardo'nun (1821) karşılaştırmalı üstünlüğün emek verimliliğindeki farklılıklardan kaynaklandığı savının aksine, Heckscher (1919) ve Ohlin (1933) emek faktörü ile birlikte sermayeyi de üretim faktörü olarak dikkate almışlar ve karşılaştırmalı üstünlüğün faktör varlıklarındaki farklılıklardan kaynaklandığını savunmuşlardır (Cho ve Moon, 2000: 10). Bununla birlikte, Ricardo (1821) ülkeler arasındaki teknolojik farklılıkları ticari faaliyetlerden soyutlarken (Zhang, 1961: 8), Heckscher (1919) ve Ohlin (1933) teknolojik yapıların eşit olması durumunda bile ülkelerin üretim yöntemleri bakımından farklılık göstereceklerini savunmaktadır (Cho ve Moon, 2000: 10).

Teoriye göre, ülkeler farklı oranlarda üretim faktörlerine sahiptirler ve bu ülkelerin hangi mallarda uzmanlaşmaları ve hangi ürünleri ihraç etmeleri gerektiği kaynak olarak daha zengin oldukları üretim faktörlerine göre saptanmalıdır. Ayrıca emek-sermaye zenginliği, serbest ticaret ortamı ve tam rekabet piyasası varsayımları temelinde oluşturulan Faktör Donatımı Teorisi'ne göre, bir bölgenin nispeten bol ve ucuz turizm kaynaklarına diğer bir ifadeyle faktör donatımlarına sahip olması durumunda, sahip olduğu faktör donatımlarının yoğun olarak kullanılabileceği turizm sektörü temelinde ürün ve hizmetlerini ulusal ve uluslararası piyasa sürmesi ve görünmeyen bir dış satım olarak ihraç etmesi gerekmektedir.

### **2.1.6. Leontief Paradoksu**

Faktör Donatımı Teorisi'nin, iki ülkeli varsayımında yer alan ülkelerin talep koşullarını dikkate almamış olması (İşgüden ve Akyüz, 1990: 46) ve benzer faktör donatımlarına sahip olan ülkeler arasında görülebilecek olan sektör içi ticareti açıklamada yetersiz kalması (Jones, 2008) gibi sınırlılıklarından dolayı Leontief (1953), bu teorinin geçerliliğini test etmek için 'Leontief Paradoksu' olarak bilinen araştırmayı gerçekleştirmiştir. Araştırma temelinde, sermaye bakımından zengin olarak bilinen ABD'nin Faktör Donatım Teorisi'ne göre sermaye yoğun ürünleri ihraç etmesi beklenirken Leontief Paradoksu'ndan elde edilen sonuçlara göre, Faktör Donatım Teorisi'nin tam aksine ABD'nin sermaye yoğun ürünleri ithal ettiği ve işgücü yoğun ürünleri ise ihraç ettiği saptanmıştır. Dolayısıyla Faktör Donatım Teorisi'nin uluslararası ticareti açıklamada yetersiz kaldığını tespit eden Leontief Paradoksu, uluslararası ticaretin çeşitliliğini ve tek başına sermaye ve işgücü faktörlerinin yeterli olmadığını göz önünde bulunduran araştırmacıların uluslararası ticarete özel durumları açıklamaya odaklanan birçok yeni teorileri geliştirmelerine temel oluşturmuştur.

### **2.1.7. Tercihlerde Benzerlik Teorisi**

Geleneksel yaklaşımların temelinde geliştirilen ve uluslararası ticaret teorilerinde yeni yaklaşımlar olarak adlandırılan teorilerden birisi Linder'in (1961) Tercihlerde Benzerlik Teorisidir. Linder (1961), karşılaştırmalı üstünlüğü arz tarafında değil talep tarafında aramış ve diğer teorilerin uluslararası ticareti açıklamaya yönelik tüm varsayımlarını reddederek yeni bir alternatif sunmuştur (Husted ve Melvin, 2012: 104). Uluslararası ticaretin açıklanabilmesi için talep tarafının özelliklerinin ve gelirlerinin incelenmesi gerektiğini, ülkelerin herhangi bir ürünü ihraç etmesi için o ürüne olan yurtiçi talebin olması gerektiğini (Linder, 1961: 103) ve ayrıca gelir düzeyleri bakımından benzerlik gösteren ülkelerin zevkler bakımından da benzerlik gösterdiğini savunmuştur (Husted ve Melvin, 2012: 104). Tercihlerde Benzerlik Teorisi'nin imalat ürünlerinin ticaretini açıklamaya odaklanmış olması ve talep tarafını göz önünde bulunduruyor olması bu teoriyi diğer teorilerden farklılaştırmaktadır. İmalat ürünlerine odaklandığı göz ardı edilerek Tercihlerde Benzerlik Teorisi kapsamında turizm sektörünü değerlendirmek gerekirse, iç turizmin canlandırılmasının ve benzer tercihlere sahip turistik tüketicilere hizmetlerin sunulmasının, ilgili destinasyonun uluslararası ticaret ortamında faaliyet göstermesi ve rekabetçi avantajı elde etmesi bakımından oldukça önem arz ettiği ifade edilebilir.

### **2.1.8. Nitelikli İşgücü Teorisi**

Tercihlerde Benzerlik Teorisinin, küreselleşmenin olası etkilerini öngörememesi ve benzer zevk ve gelir düzeylerine sahip olan ülkelerin benzer ürünleri birbirlerine ihraç etme olasılıklarını göz ardı etmesi gibi sınırlılıkları bulunmaktadır (Cho ve Moon, 2000: 16-17). Dolayısıyla bu teorinin uluslararası ticareti açıklamada ne derece yeterli olduğuna dair eleştirilerin ortaya çıkması olasıdır ki; daha sonraki süreçlerde Kenen (1965) ve Keesing (1966) tarafından Nitelikli İşgücü Teorisi geliştirilmiştir. Teoriye göre, sanayileşmiş ülkeler arasındaki uluslararası ticaretin genelinin nedeni ülkeler arasındaki emek farklılıklarıdır. Belirli malların üretiminde uzmanlaşmış vasıflı işgücü bakımından zengin olan ülkeler üretimi vasıflı işgücüne dayalı olan malların ticaretini yapmalıdırlar (Yılmaz, 2015). Diğer taraftan vasıfsız işgücü bakımından zengin olan ülkeler ise üretimi vasıfsız işgücüne dayalı olan ve vasıfsız emeği kapsayan malların ticaretini yapmalıdırlar (Seyidoğlu, 1988: 72). Ülkelerin ve bireylerin her birinin tercihlerinin aynı olması ve tam rekabet piyasasının geçerli olması varsayımları temelinde geliştirilen bu teori (Keesing, 1968: 6), işgücü yapısını ülkelerin rekabetçiliğinde etkin bir unsur olarak görmektedir. Turizm sektörü temelinde ise yapısı itibarıyla destinasyon yönetimi, işletme türü, çalışanın konumu gibi durumlara göre farklılık göstermekle birlikte, turizm sektörü vasıflı, düşük vasıflı ve vasıfsız işgücünün hepsine ihtiyaç duymaktadır. Ancak turizm sektörünün farklı yapısı işgücü niteliğinin yanı sıra faktör donatımı, kaynak zenginliği gibi diğer faktörleri de gerekli kılmaktadır.

### **2.1.9. Ürün Döngüsü Teorisi**

İşgücü yapısındaki farklılıkların tek başına uluslararası ticareti açıklayamaması, ülkelerin ve bireylerin heterojen tercihlerinin göz ardı edilmesi ve özellikle teknolojinin gelişimi ile birlikte ortaya çıkan tamamen otomatik sistemlerle donatılmış ve insansız üretim yapan karanlık fabrikalar olarak adlandırılan üretim alanları gibi işgücüne ihtiyaç duyulmayan alanların göz ardı edilmesi gibi nedenler Nitelikli İşgücü Teorisi'nin geçerliliğini sorgulayan araştırmalara zemin hazırlamıştır. Daha sonraki süreçlerde Vernon (1966), uluslararası ticarete yeni bir bakış açısı sunmak için Ürün Döngüsü Teorisini geliştirmiştir. Vernon (1966), uluslararası ticarete önemli etkilere sahip olan giriş, büyüme, olgunluk, gerileme gibi süreçlerden oluşan bir ürün yaşam döngüsünün bulunduğunu (Gandolfo, 2014: 168) ve yaşam döngüsü içerisindeki süreçlerin ülkelerin bir üründe sahip olduğu karşılaştırmalı üstünlüklerin zaman içerisinde başka ülkelere geçmesine neden olabileceğini savunmaktadır (Cho ve Moon, 2000: 14). Diğer bir

ifadeyle gelişmiş ve yenilikçi bir ülkenin sahip olduğu rekabet avantajı, ürünün olgunluk aşamasında ulaştığı doyumluk nedeniyle taklitçi bir ülkeye geçebilir (Vernon, 1966). Ürün Döngüsü Teorisinin sınırlılıkları, üretim faktörleri bakımından gelişmişlik gerektirmeyen ürünlerin üretimini göz ardı edilmesi ve küreselleşme ile teknolojik gelişimlerin olası etkilerinin tam anlamıyla öngörülememesi noktasında görülmektedir. Ürün Döngüsü Teorisi bağlamında turizm sektörünü değerlendirmek gerekirse; deniz, kum, güneş üçlüsüne sahip olan bir destinasyonun popülerliğinin ürün yaşam döngüsü içerisinde başka bir destinasyona geçmesi olasılığı oldukça yüksektir ki; bu noktada, alternatif turizm türlerinin önemi ortaya çıkmaktadır.

Geleneksel yaklaşımlara kıyasla, farklı ekonomik yapılarla birlikte farklı ürünleri, farklı üretim faktörlerini, farklı ülkelerin talep koşullarını göz önünde bulunduran yeni yaklaşımların uluslararası ticareti açıklamaya yönelik önemli katkılar sundukları aşikârdır. Ancak küreselleşme ile birlikte uluslararası ticaret ortamının daha da karmaşık bir yapıya bürünmesi ilgili ticari faaliyetlerin açıklanmasını zorlaştırmaktadır. Bu doğrultuda, geleneksel ve yeni yaklaşımların her birinin uluslararası ticaretin sınırlı bölümlerini açıklayabildikleri ve bazı noktalarda da birbirleriyle çeliştikleri söylenebilir. Sonuç olarak, küreselleşmenin ve teknolojik gelişimlerin olası etkilerini göz önünde bulunduran, genel anlamda uluslararası ticaretin unsurlarına ve rekabet yapılarına odaklanmaktan ziyade daha özele inerek sektörler bazında uluslararası ticarete ve rekabet yapılarına odaklanan araştırmalara ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir. Turizm sektörünün küresel yapıya bürünmesi, uluslararası turizmin ülkelerin ekonomilerinde önemli bir unsur temsil etmesi ve ülkelerin dış ticaret dengelerinin tutturulmasında artı değer sağlayan bir işleve sahip olması nedeniyle (Bahar ve Baldemir, 2008; Sarıçay, 2012; Gupta ve Singh, 2015) turizm sektörü uluslararası ticaretin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla kapsayıcı bir kavram olarak rekabet kavramının ve rekabet kavramı özelinde ise destinasyon rekabetçiliğinin temelini oluşturduğu düşünülen uluslararası ticaret teorileri ile ilişkili olan destinasyonların ulusal ve uluslararası ticaret ortamlarında var olma nedenlerine odaklanan destinasyon rekabetçiliği modellerinin incelenmesi küresel bir boyuta ulaşan turizm sektörünün uluslararası hareketliliğinin canlandırılmasına etki eden göstergelerin saptanması açısından oldukça önemlidir.

## **2.2. Destinasyon Rekabetçiliği Modelleri**

Önemli bir turistik ürün olan destinasyonlar bakımından, ulusal ve uluslararası ticaret ortamında pazar paylarını koruyarak faaliyetlerine devam edebilmeleri için rekabet kaçınılmaz bir unsur olarak

görülmektedir (Zengin ve Uyar, 2012). Dolayısıyla özellikle uluslararası piyasada rekabetçilik bakımından öne çıkmak isteyen destinasyonlar için turist, destinasyon kaynakları, düşük maliyetler, cazip döviz kurları gibi unsurların tek başına yeterli olmadığı fark edilmeye başlanmasıyla birlikte (Bordas 1994), destinasyonların karşılaştırmalı üstünlüklerinin ve zayıflıklarının göz önünde bulundurulduğu rekabetçilik unsurları ve bu unsurların irdelendiği araştırmalar giderek önem kazanmıştır. Konuyla ilgili yapılmış olan araştırmalardan Porter'ın (1990) Elmas Modelinin, Crouch ve Ritchie'nin (1999) Kavramsal Rekabet Modelinin, Heath'in (2002) Sürdürülebilir Turizm Rekabet Gücü Modelinin ve Dwyer ve Kim'in (2003) Bütünleştirilmiş Rekabet Modelinin ve bu modellerden yararlanarak destinasyon rekabetçiliği ve uluslararası ticarete yönelik sonuçlar elde eden araştırmaların ele alınması faydalı olacaktır.

### **2.2.1. Elmas Modeli**

Rekabetçi üstünlükleri ve zayıflıkları belirlemek için 10 ülkede çeşitli sektörler üzerinde uygulanarak edinilen bilgiler doğrultusunda, rekabet üstünlüğünün nasıl sağlanabileceğini inceleyen Porter'ın (1990) Elmas Modeli, rekabetçilik ve unsurları bakımından en önemli modellerden birisi olarak kabul edilmekte ve diğer modellere temel oluşturduğu düşünülmektedir. Elmas Modeli, ekonominin çok boyutlu alanları ile birlikte yönetim ve stratejiye yönelik unsurları içermektedir. Ayrıca ulusal ekonomiler arasındaki rekabetten ziyade uluslararası düzeydeki belirli sektörler arasındaki rekabete odaklanmaktadır (Dragičević vd., 2012). Teoride, uluslararası pazarda rekabet avantajı sağlayan ve bu rekabet avantajını sürdürme kabiliyetini etkileyen dört analitik boyut (elmas) temel alınmıştır (Lee ve Chan- Olmsted, 2004; Bakhshinejad, 2014). Dört analitik boyut, faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destek sektörleri ve firma stratejisi, yapı ve rekabet faktörlerinden oluşmaktadır ve bir ülkenin rekabet avantajını oluşturan özellikleri kapsamaktadır (Cho ve Moon, 2000: 61). Porter'a (1990: 125) göre, dört temel faktör ile bunların destekleyicisi olan şans ve devlet faktörlerinin birbirleriyle olan etkileşimlerinin güçlü olması, belirli sektörler bakımından bir ülkenin diğer ülkelere göre daha üstün olmasını sağlamaktadır. Ancak bu noktada dikkat çeken husus, uluslararası ticaret teorileri üretim faktörleri olarak doğal kaynaklar, emek ve sermayeye odaklanırken Elmas Modelinin üretim faktörlerini iklim koşulları, su kaynakları, altyapı, yenilikçilik gücü, sermaye kaynakları gibi çok geniş bir yelpazede ele almış olmasıdır. Bununla birlikte dikkat çeken bir diğer husus ise uluslararası ticaret teorilerinden Linder'in (1961) teorisiyle benzer şekilde, uluslararası pazarda karşılaştırmalı üstünlük sağlamak için iç tüketicilerin taleplerine odaklanılması gerektiğini savunmasıdır.

Bobirca ve Cristureanu (2008), Elmas Modelini kullanarak Romanya'nın bir turizm destinasyonu olarak rekabetçiliği üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamında Romanya'nın destinasyon rekabetçiliğinin yanı sıra en rekabetçi ihracat ürünlerine ve onların daha da iyileştirilmesi hususunda gerekli olabilecek ihtimaller üzerine odaklanılmıştır. Araştırmacılar, yaptıkları araştırmanın destinasyonun mevcut potansiyelinin tanımlanmasının yanı sıra sektör ve devlet temsilcilerinin de uluslararası turizm hareketliliği bakımından yararlanabilecekleri bilgiler sunduğunu ifade etmektedirler. Analizler neticesinde, *spa* ve kongre turizmi gibi turizm sektörünün yaz mevsimine olan bağımlılığını azaltacak ürünlerin, çok yönlü olarak tanıtımlarının yapılmasıyla birlikte sektörün potansiyelinin ortaya çıkarılabileceği ve destinasyon rekabetçiliği bakımından önemli unsurların gerçekleştirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çeşitlendirilmiş olan bu ürünlerin Romanya'nın uluslararası ticaret hareketliliğindeki en rekabetçi ihracat ürünleri olarak saptanabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

### 2.2.2. Kavramsal Rekabet Modeli

Elmas Modelinin, nedensel ilişkilerini açıklamanın oldukça zor olduğu karmaşık değişkenler arasındaki etkileşimlere odaklanmış olması (Grant, 1991) ve küçük açık ekonomi yapısına sahip ülkeler için geçerli bir model olmadığının tespit edilmesi (Lee ve Chan- Olmsted, 2004) sınırlılıklarını oluşturmuştur. İlgili sınırlılıklar, yeni modellerin geliştirilmesine zemin hazırlamış ve yeni modellerin geliştirilmesinde yön verici etkiye sahip olmuştur. Bu doğrultuda, ilerleyen süreçlerde geliştirilmiş olan Crouch ve Ritchie'nin (1999) Kavramsal Rekabet Modeli özellikle destinasyon rekabetçiliği temelinde ele alınan en önemli modellerden birisi olmuştur. Geniş bir zaman aralığı içerisinde birçok turizm paydaşı ile yapılan görüşmeler neticesinde şekillendirilen ve Elmas Modeli temel alınarak hazırlanmış olan Kavramsal Rekabet Modeli (Enright ve Newton, 2004), destinasyonların küresel ticaret ortamında ayakta kalabilmeleri hususunda önemli bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Ülkelerin uluslararası ticarete sahip olduğu avantajları etkileyen unsurlar temelinde turizmde rekabet avantajına odaklanan modelde araştırmacılar, sürdürülebilir destinasyon rekabetçiliğinin sağlanmasını etkileyen faktörleri; öz kaynaklar - çekicilik faktörleri, destekleyici faktörler - kaynaklar, destinasyon yönetimi ve eleme (nitelik) - yükseltme belirleyicileri olmak üzere dört ana faktör üzerinde ele almışlar. Ayrıca Elmas Modeli ile benzer şekilde, iç faktörleri etkileyen dış faktörler belirlemişlerdir. Dış faktörler, rekabetçi (mikro) çevreler ve küresel (makro) çevreleri kapsamaktadır. Kavramsal Rekabet Modeli aynı zamanda, destinasyon rekabetçiliğini olumlu yönde etkileyen

unsurları dikkate alan karşılaştırmalı üstünlükler (insan, teknoloji, tarih, sermaye, bilgi gibi) ile rekabet avantajlarına (kaynakların etkin kullanımı) dayandırılmıştır (Tsai vd., 2009). Modelin bu özelliğinin, uluslararası ticaret teorilerinde ülkelere karşılaştırmalı üstünlük sağladığı ifade edilen ve üretim faktörü olarak kabul edilen sermaye ve işgücü faktörleri bakımından benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Destinasyonların ulusal ve uluslararası başarılarının sosyal, kültürel, politik, teknolojik ve çevresel etkenlerinde göz önünde bulundurulduğu rekabet stratejilerinin belirlenmesine bağlı olduğunu ifade eden Çelik (2014), destinasyonların daha rekabetçi ve stratejik pozisyonlar elde etmeleri için gerekli olan unsurların saptanması amacıyla turistik bir destinasyon olarak Antalya örneğinde ve Kavramsal Rekabet Modeli temelinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmaya göre, Antalya'nın sahip olduğu temel kaynaklarının bölgenin rekabetçiliğinde önemli bir etkisinin olduğu, bunun yanı sıra bir destinasyon yönetimi örgütü oluşturarak bölgenin destekleyici kaynaklarının geliştirilmesi gerektiği saptanmıştır. Ayrıca Antalya'nın uluslararası pazarda dikkat çekebilmesi için çevresindeki destinasyonların kaynaklarından faydalanması gerektiği, küçük destinasyonların oluşturulması gerektiği ve özellikle Belek golf, Alanya eğlence, Kaş dalış gibi mikro destinasyonların ayırt edici özelliklerinin daha iyi tanıtılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

### 2.2.3. Sürdürülebilir Turizm Rekabet Gücü Modeli

Crouch ve Ritchie'nin (1999) geliştirmiş oldukları modelin, destinasyonların küresel rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri hususunda önemli bir yaklaşım olmakla birlikte, rekabetçiliği etkileyen birçok faktörü inceleyememiş olduğu ve ayrıca ampirik olarak da test edilmemiş olduğu ifade edilmektedir (Çelik, 2014). Bu sınırlılıklarla birlikte, daha sonraki süreçlerde geliştirilen model Heath'in (2002) Sürdürülebilir Turizm Rekabet Gücü Modeli olmuştur. Model, temel (temel unsurlar), çimento (ilişkili unsurlar), yapı taşları (temel yapılar) ve çatı (temel başarı faktörleri) gibi bir evin yapısal unsurlarını oluşturan faktörlere dayalı olarak Afrika örneğinde ele alınmıştır (Benedetti, 2000). Modele göre *temel*, rekabetçi avantaj için gerekli olan altyapıyı; *çimento*, rekabetçilikle ilgili unsurların birbirleriyle ilişkilendirilerek bağlanmasını; *yapı taşları*, destinasyonlarda turistik faaliyetlerin yürütülmesi için gerekli olan kaynakları ve *çatı* ise destinasyon rekabetçiliğinin en önemli unsurlarından birisi olarak kabul edilen insan (işgücü) faktörünü kapsamaktadır (Heath, 2003). Heath (2002), diğer modellerin esas ilişkilere (iletişim ve bilgi yönetimi gibi) ve temel başarı faktörlerine (insan - işgücü) gerekli önemi vermediklerini düşündüğü için modeli geliştirmiştir. Bu noktada bahsedilen temel başarı faktörleri, uluslararası



ticaret teorilerinde en önemli üretim faktörlerinden birisi olarak görülen işgücü faktörünü temsil etmektedir. İki iş gücü faktörünün farklılaştığı nokta ise uluslararası ticaret teorilerinin işgücü olarak sadece işgörenleri, Heath'in (2002) modelinin ise işgörenlerin yanı sıra bütün süreçlerde yer alan yöneticileri ve işletme sahiplerini de kapsıyor olmasıdır.

Heath (2003), tüketici taleplerinin değişmesi, güvenlik ve sağlık sorunları, havayolu sektörünün küreselleşmesi, teknolojik gelişmeler gibi faktörlerin uluslararası turizmin hareketliliğini değiştirmesinin Güney Afrika'daki turizm destinasyonlarına yüklemiş olduğu zorlukları tespit etmiştir. Bu doğrultuda ise Sürdürülebilir Turizm Rekabet Gücü Modelini temel alarak bir araştırma yapmış ve araştırma kapsamında, turizm sektörünün Güney Afrika'nın en önemli sorunlarından birisi olan yoksulluğun azaltılmasına yönelik sahip olduğu potansiyel perspektifinde bölgenin destinasyon rekabetçiliği unsurlarına odaklanmıştır. Araştırma sonucunda, Güney Afrika'nın çok ciddi turizm kaynaklarına sahip olduğu ve uluslararası pazar potansiyelinin kesinlikle var olduğu görülmüştür. Ayrıca araştırmada, ortak bir turizm vizyonunun oluşturulması, yeterli düzeyde yatırımların yapılması, paydaşlar arasında koordineli olarak faaliyetlerin yürütülmesi ve destinasyon rekabetçiliğini oluşturan ana unsurların stratejik olarak ele alınması durumunda bölgenin sürdürülebilir destinasyon rekabetçiliğinde önemli bir konuma ulaşacağını tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ise insanların yaşam kalitelerinin artırılabilceği saptanmıştır.

#### **2.2.4. Bütünleştirilmiş Rekabet Modeli**

Sürdürülebilir Turizm Rekabetçiliği Modelinin Afrika perspektifinde geliştirilmiş olması nedeniyle, yukarıda bahsedilen ayırt edici özelliklerine rağmen bütün destinasyonlar için geçerli olup olmadığını test eden ampirik bir araştırmanın olmaması önemli bir sınırlılığı oluşturmaktadır. Bu sınırlılığı göz önünde bulundurarak daha sonraki süreçlerde geliştirilmiş olan en önemli modellerden bir diğeri ise Dwyer ve Kim'in (2003) Bütünleştirilmiş Rekabet Modelidir. Bu modeli diğerlerinden ayıran en önemli özelliği, arz tarafından ziyade talep tarafının koşullarına model içerisinde yer verilmesidir (Hallman vd., 2014). Destinasyonların rekabetçi pozisyonlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi hususunda hem ülkeler hem de işletmeler arasında karşılaştırmalar yapılabilmesi amacıyla geliştirilmiş olmasından dolayı bütünleştirilmiş rekabet modeli olarak isimlendirilmiştir (Dwyer ve Kim, 2003; García Sánchez ve Siles López, 2015). Dwyer ve Kim'e (2003) göre, modelin göstergelerini oluşturan daimî kaynaklar, yapay kaynaklar, destek kaynaklar, destinasyon yönetimi, durumsal koşullar ve talep koşulları faktörlerinin birbirleri ile olan güçlü veya zayıf etkileşimleri,

destinasyon rekabetçiliğinin en temel göstergeleridir. Modelin en önemli özelliği olarak ifade edilen talep koşullarının küresel rekabet üzerindeki olası etkilerinin göz önünde bulundurulması, Bütünleştirilmiş Rekabet Modelini diğer teorilerden farklılaştırıyor olmasının yanı sıra, Linder'in (1961) Tercihlerde Benzerlik Teorisi hariç olmak üzere, uluslararası ticaret teorilerinden de farklılaştırmaktadır. Ayrıca destinasyon rekabetçiliğini gerçek manada işler hale getirip getirmediği ve rekabet edebilirliğe yönelik tanımlayıcı, nedensel ve geliştirici faktörleri önerip önermediği açık bir şekilde ifade edilmediği için bu teorinin geçerliliğine dair soru işaretlerinin olduğu da ifade edilmelidir (Mazanec vd., 2007).

Sırbistan'ın Voyvodina Bölgesi'ndeki turizm sektörü temsilcileri ve yöneticilerine bölgenin mevcut potansiyeli ve genel rekabet edebilirliği hakkında bilgiler sunmak için Mulec ve Wise (2013) tarafından Bütünleştirilmiş Rekabet Modeli temel alınarak bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bölgenin hem destinasyon rekabetçiliğini etkileyen unsurların hem de uluslararası turizm pazarında daha fazla yer almasını sağlayacak olan unsurların belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucunda, Voyvodina bölgesinin sahip olduğu doğal ve kültürel kaynaklarının destinasyon rekabetçiliği bakımından önemli unsurları temsil ettikleri saptanmıştır. Ayrıca bölgenin hem rekabetçiliğini artırmak hem de uluslararası turizm hareketliliğine yoğun bir şekilde katılımını sağlamak için daha fazla yatırım yaparak ve daha etkin pazarlama ve stratejik yönetim uygulamalarını benimseyerek bölgenin ziyaretçiler için daha çekici hale getirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Destinasyon rekabetçiliği modelleri ile ilgili verilen bilgiler bir bütün olarak incelendiğinde, uluslararası ticaret teorileri ile benzer şekilde, her bir modelin bir önceki modeli temel aldığı ve eksikliklerini gidermek için geliştirildiği görülmektedir. Ayrıca her modelin farklı dayanaklar ve varsayımlara dayandırıldığı anlaşılmaktadır. Diğer taraftan bütün modellere temel oluşturduğu düşünülen, en eski ve en geniş kapsamlı model olarak kabul edilen Elmas Modeli, temelde birden fazla sektöre yönelik rekabetçilik pozisyonlarının belirlenmesine odaklanırken diğer modellerin özellikle destinasyonlar temelinde rekabetçilik pozisyonlarının belirlenmesine odaklandıkları görülmektedir. Bütün modeller bir bütüncül yaklaşımla değerlendirildiğinde ise uluslararası ekonomiye daha fazla odaklanması, işgücü faktörüne stratejik önemin verilmesi ve talep koşullarının olası etkilerinin göz önünde bulundurulması gerektiği anlaşılmaktadır. Son olarak, yukarıda bahsedilen modeller temel alınarak gerçekleştirilen araştırmalarda elde edilen bulgular incelendiğinde, hepsinde destinasyonların rekabetçiliğine

yönelik elde edilen bulguların aynı zamanda ilgili destinasyonların uluslararası ticarete ve uluslararası turizm hareketliliğine katılma nedenlerini de ifade ettiği görülmektedir.

### **3. Sonuç**

Ülkelerin rakiplerine göre daha rekabetçi bir konuma sahip olabilmeleri için verimliliği artırmak, maliyetleri düşürmek, farklılaşmak ve yeni pazarlar keşfetmek gibi unsurlar gereklilik arz etmektedir. Bu unsurlar, aynı zamanda ülkeleri uluslararası ticarete yönlendirmektedir. Diğer bir ifadeyle uluslararası ticarete katılımın nedenleri olarak kabul edilen unsurların gerçekleştirilmesi, ülkelerin aynı zamanda rekabetçiliklerini artırmalarında da büyük bir öneme sahiptir (Coşkun, 2014). Ayrıca ülkelerin uluslararası ticarete yönelmeleri, ülkelerin konumlarını koruyarak küresel ticaret ortamında varlıklarını devam ettirebilmeleri için önemli bir yöntem olarak görülebilir (Çivi ve Demiray Erol, 2008). Dolayısıyla uluslararası ticaret teorileri ve destinasyon rekabetçiliği modelleri arasındaki ilişki oldukça önem kazanmaktadır.

Uluslararası ticaret teorilerinin genel ve kapsayıcı bir kavram olarak rekabet kavramı ile olan ilişkisinin, özellikle iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişimlerin ülkelerin ekonomik yapılarını değiştirmesi sonucunda ülkelerin daha yoğun rekabetin yaşandığı uluslararası rekabet ortamında ticari faaliyetlerini yürütmelerine dayandığı söylenebilir. Destinasyon rekabetçiliği kavramının uluslararası ticaret teorileri ile olan ilişkisi ise şu şekilde ifade edilebilir: Ülkelerin birbirleriyle ticari faaliyetlerde bulunmalarının nedenlerini açıklamaya odaklanan uluslararası ticaret teorileri, özellikle sahip olunan üstün veya zayıf yönlere göre hangi ürünlerde rekabetçi konumun korunması gerektiği ve hangi ürünlerin piyasadan geri çekilmesi gerektiği hususunda alınması gereken kararları kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte, destinasyon rekabetçiliği modelleri ise destinasyonların güçlü ve zayıf yönlerini saptayarak destinasyonların rekabetçi üstünlüğü sağlamalarına yönelik geri bildirimlerde bulunmaktadır. Dolayısıyla uluslararası ticaret teorileri ve destinasyon rekabetçiliği modelleri genel anlamda ülkelere, özelde ise destinasyonlara yönelik ortak faydalar oluşturmaktadır. Ayrıca çeşitli disiplinlerin destinasyon rekabetçiliğini karşılaştırmalı üstünlük ve/veya fiyat rekabetçiliği bakış açısı ile bağdaştırdığı görülmektedir (Dwyer ve Kim, 2003). Uluslararası ticaret teorilerinin ise daha önceden de bahsedildiği üzere, ülkelerin birbirleri ile olan ticari ilişkilerinin nedenlerini açıklamak için ülkelerin mutlak ve karşılaştırmalı üstünlükleri üzerine odaklandığı bilinmektedir. Bu bağlamda, destinasyon rekabetçiliğinin bağdaştırıldığı karşılaştırmalı üstünlük ve/veya fiyat

rekabetçiliği bakış açısı ile uluslararası ticaret teorilerinin odaklandığı mutlak ve karşılaştırmalı üstünlükler unsurlarının birbiriyle ilişkilendirilebilmektedir.

Çalışma kapsamında yapılmış olan kavramsal inceleme neticesinde elde edilen sonuç ve değerlendirmelerin ilgili literatüre yönelik beklenen birtakım katkıları bulunmaktadır. Öncelikli olarak, çalışma kapsamında elde edilecek olan bilgi birikiminin ilgili literatüre özgün katkılar sunması beklenmektedir. Ayrıca bu alanlarda araştırma yapacak araştırmacılara yol gösterici katkılar sunması beklenmektedir. Bu yönde beklentilerin oluşmasındaki en önemli husus ise ilgili literatürde, uluslararası ticarete, ülkeler ve destinasyonlar arasındaki rekabette ve teknoloji ile engellerin ortadan kalktığı, uzakların yakın olduğu küresel ticaret ortamında ülkelerin, destinasyonların, işletmelerin ve bir bütün olarak sektörlerin var olabilmelerinde en önemli unsurlar olarak kabul edilen uluslararası ticaret teorileri ve destinasyon rekabetçiliği modellerini bir arada ele alan ve ikisi arasındaki geçiş sürecini özetleyen herhangi bir araştırmaya rastlanılmamış olmasıdır. Bu konuda farklı bakış açılarıyla yapılacak olan saha araştırmaları veya çalışmaları konunun somut verilere dayalı olarak daha iyi anlaşılmasına katkı oluştururken, destinasyon rekabetçiliğinin geçmişi ve geleceğinin bağlantılı olarak değerlendirilmesini sağlayacağı düşünülmektedir.

## Kaynaklar

- Aizenman, J. and Lee, J. (2007), International Reserves: Precautionary Versus Mercantilist Views, Theory and Evidence. *Open Economies Review*, 18, s.191–214.
- Aktan, C. C. (2010), Monetarizm ve Rasyonel Beklentiler Teorisi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2 (1), s.168-187.
- Arıca, F. (2014), Türkiye'nin Dış Ticaret Potansiyelinin Genişletilmiş Linder Hipotezi Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Bir Panel Data Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ulusal Tez Merkezi, 363110.
- Bakhshinejad, M. (2014), Porter's Competitive Advantage Model and its Application in Bottled Drinking Water in Iran. *Agricultura Tropica Et Subtropica*, 47(2), s.60-67.
- Banaji, J. (1994), The Farmers' Movements: A Critique of Conservative Rural Coalitions. *The Journal of Peasant Studies*, 21 (3-4), s.228-245.

- Bahar, O. ve Baldemir, E. (2008), Uluslararası Ticaret ile Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(4), s.97-111.
- Bayraktutan, Y. (2003), Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), s.175-186.
- Bayer, M. Z. (1992), *Turizme Giriş*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını No: 253.
- Benedetti, J., (2000), The Competitiveness of Brazil as a Dutch Holiday Destination. PhD. Thesis Booklet, University of Applied Sciences Master Program, Tourism Destination Management.
- Bobirca, A. and Cristureanu, C. (2008), Analyzing Romania's Competitiveness as a Tourism Destination. *Advances in Hospitality and Leisure*, 4, s.75-99.
- Bordas, E. (1994), Competitiveness of Tourist Destinations in Long Distance Markets. *Tourism Review*, 4(3), s.3-9.
- Çelik, P. (2014), Antalya Turizm Destinasyonun Rekabetçilik Analizi Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ulusal Tez Merkezi, 363365.
- Charbit, Y. and Virmani, A. (2002), The Political Failure of an Economic Theory: Physiocracy. *Institut National d'Etudes Démographiques*, 57 (6), s.855-883.
- Cho, D. S. and Moon, H. C. (2000), *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory*. London: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Clarke, S. (1992), The Global Accumulation of Capital and the Periodisation of the Capitalist State Form. [URL: <http://homepages.warwick.ac.uk/~syrbe/pubs/cse88.pdf>], Erişim: 19 Haziran 2018.
- Coşkun, A. (2014), Dış Ticaret Teorileri Kapsamında Türkiye'nin Rekabet Gücü Üzerine Bir Değerlendirme. *Tekirdağ S.M.M.M. Odası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, s.1-10.
- Crouch, G. I. and Ritchie, J. R. B. (1999), Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44, s.137-152.

- Çelik, P. (2014), Antalya Turizm Destinasyonunun Rekabetçilik Analizi Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2014. Ulusal Tez Merkezi, 363365.
- Çivi, E. ve Demiray Erol, E. (2008), Ulusal Rekabet Gücünü Artırma Yolları: Literatür Araştırması. *Yönetim ve Ekonomi*, 15(1), s.99-114.
- Dahlman, C. (2007), Technology, Globalization, and International Competitiveness: Challenges for Developing Countries. *Industrial Development in the 21st Century: Sustainable Development Perspectives*, s.29-83.
- Dragičević, V., Jovičić, D., Blesić, I., Stankov, U. and Bosković, D. (2012), Business Tourism Destination Competitiveness: A Case of Vojvodina Province (Serbia). *Economic Research*, 25(2), s.311-332.
- Dwyer, L. and Kim, C. (2003), Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), s.369-414.
- Enright, M. J. and Newton, J. (2004), Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 25, s.777-788.
- Ferreira, J. M. and Estevao, C. M. S. (2009), Regional Competitiveness of a Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal. *Tourism & Management Studies*, 5, s.37-51.
- García Sánchez, A. and Siles López, D. (2015), *Tourism Destination Competitiveness and Innovation: The Case of the Spanish Mediterranean Coast*. Artal-Tur, A. and Kozak, M (Editors). Destination Competitiveness, the Environment and Sustainability: Challenges and Cases, UK: CABI Publishing, s.13-23.
- Gandolfo, G. (2014), *International Trade Theory and Policy (Second Edition)*. Berlin: Springer-Verlag Heidelberg.
- Grant, R. (1991), Porter's Competitive Advantage of Nations: An Assessment. *Strategic Management Journal*, 12 s.535-548.
- Gooroochurn, N. and Sugiyarto, G. (2005), Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry. *Tourism Economics*, 11(1) s.25-43.

- Gupta, S. and Singh, A. (2015), Determinants of Tourism Destination Competitiveness: A Case of Bundelkhand, India, *International Journal of Management Research*, 6(2) s.47-62.
- Haberler, G. (1933), *The Theory of International Trade*. London: George Allen and Unwin.
- Hallman, K., Müller, S. and Feiler, S. (2014), Destination Competitiveness of Winter Sport Resorts in the Alps: How Sport Tourists Perceive Destinations?. *Current Issues in Tourism*, 17(4), s.327-349.
- Hartz, L. (1943), Laissez-Faire Thought in Pennsylvania, 1776–1860. *The Economic History Association*, 3 (1), s.66-77.
- Hassan, S. S. (2000), Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38, s.239-245.
- Heath, E. (2002), Towards a Model to Enhance Africa's Sustainable Tourism Competitiveness. *Journal of Public Administration*, 37(3.1), s.327-353.
- Heath, E. (2003), Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective. *Journal of Hospitality - Tourism Management*, 10(2), s.124-142.
- Heckscher, E. E. (1919), *The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income*. *Economisk Tidskrift*. Reprinted in Heckscher, E.E & Ohlin, B. (1991). Heckscher-Ohlin Trade Theory. (Translated, Edited and Introduced by Flam, H. & Flanders, H.J.). Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Horvat, B. (1999), *The Theory of International Trade: An Alternative Approach*. New York: ST. Martin's Press, Inc.
- Husted, S. and Melvin, M. (2012), *International Economics (Ninth Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Irwin, D. D. (1991), Mercantilism as Strategic Trade Policy: The Anglo-Dutch Rivalry for the East India Trade. *Journal of Political Economy*, 99 (6), s.1296-1314.
- Islahi, A. A. (2006), The Emergence of Mercantilism as a Reaction Against Muslim Power: Some of the Evidences from History. *Review of Islamic Economics*, 12 (1), s.137-150.

- İşgüden, T. ve Akyüz, M. (1990), *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Evrim Kitabevi.
- Jones, R. W. (2008), Heckscher-Ohlin Trade Flows: A Re-appraisal. *Trade and Development Review*, 1 (1), s.1-6.
- Kazgan, G. (2000), *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Keesing, D.B. (1966), Labor Skills and Comparative Advantage. *The American Economic Review*, 56 (1/2), s.249-258.
- Kenen, P.B. (1965), Nature, Capital and Trade. *Journal of Political Economy*, 73(5), s.437-460.
- Kiernan, V. (1987), Problems of Marxist History. *New Left Review*, 0, s.105-161.
- Khin, E., Daengbuppha, J. and Nonsiri, P. (2014), Destination Competitiveness: A Structural Model for Measuring Attributes Competitiveness of Bagan, Myanmar. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4 (2), s.51-59.
- Langdana, F. and Murphy, P. T. (2014), *International Trade and Global Macro Policy*. New York: Springer Science+Business Media
- Lee, C. and Chan-Olmsted, S. M. (2004), Competitive Advantage of Broadband Internet: A Comparative Study Between South Korea and The United States. *Telecommunications Policy*, 28 s.649-677.
- Leontief, W. (1953), Domestic Production and Foreign Trade; The American Capital Position Re-Examined. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 97(4), s.332-349.
- Linder, S.B. (1961), *An Essay on Trade and Transformation*. New York, John Wiley.
- Marshall, A. (2003), *Money, Credit and Commerce*. New York: Prometheus Boks.
- Mazanec, J. A., Wöber, K. and Zins, A. H. (2007), Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?. *Journal of Travel Research*, 46, s.86-95.
- Meek, R. L. (2003), *The Economics of Physiocracy: Essays and Translations*. London: Routledge Library Editions- Economics.



- Mihajlović, I. and Krželj Čolović, Z. (2014), The Impact of Globalisation on the Development of Tourism Within Social and Economic Changes. *European Scientific Journal*, Special Edition, s.108-120.
- Mill, J.S. (1909), *Principles of Political Economy, with some of their Applications to Social Philosophy*. London: Longmans, Green and Co.
- Mulec, I. and Wise, N. (2013), Indicating the Competitiveness of Serbia's Vojvodina Region as an Emerging Tourism Destination. *Tourism Management Perspectives*, 8, s.68-79.
- Negishi, T. (2001), *Developments of International Trade Theory*. New York, Springer Science and Business Media.
- O'Brien, P. (2006), Provincializing the First Industrial Revolution. *Working Papers of the Global Economic History Network*, 17 (06), s.1-39.
- Ohlin, B. (1933), *Interregional and International Trade*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Özer, K. O. (2012), Türk Turizm Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi: Elmas Modeli ile Türkiye İspanya Karşılaştırması, Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ulusal Tez Merkezi, 306733.
- Porter, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*. New York, NY: The Free Press.
- Ricardo, D. (1821), *On the Principles of Political Economy and Taxation (Third Edition)*. London: John Murray.
- Rybczynski, T. (1955), *Factor Endowments and Relative Commodity Prices*. *Economica*, New Series, 22(88), s.336- 341.
- Salvatore, D. (1986), *Uluslararası İktisat*. (çev. T. İşgüden, Bilim Teknik Yayın), New Jersey: McGraw Hill Book Company.
- Sarıçay, N. Y. (2012), Dış Ticaret Açığı ve Turizm. *İzmir Ticaret Odası Ar-Ge Bülteni*, Aralık 2012, 6-11. [URL: [http://www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/1sektoreldis\\_ticaretacigi.pdf](http://www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/1sektoreldis_ticaretacigi.pdf)], Erişim: 13 Haziran 2018.
- Sarı Çallı, D. (2015), Destinasyon Rekabet Gücü Açısından İstanbul'un Karşılaştırmalı Analizi. Doktora Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ulusal Tez Merkezi, 412075.

- Seyidoğlu, H. (1988), *Uluslararası İktisat – Teori, Politika ve Uygulama (6. Baskı)*. İstanbul: Güzem Yayınları.
- Smith, A. (1776), *The Wealth of Nations*. New York: The Modern Library.
- Stolper, W.F. and Samuelson, M.A. (1941), *Protection and Real Wages*. *Review of Economic Studies*, 9(1), s.58-73.
- Tsai, H., Song, H. and Wong, K. K. F. (2009), Tourism and Hotel Competitiveness Research, *Journal of Travel - Tourism Marketing*, 26, s.522-546.
- Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED). (2016), *Turizm Raporu 2016*, [URL: [https://issuu.com/yediiletisim/docs/t\\_rofed\\_rapor\\_2016-1](https://issuu.com/yediiletisim/docs/t_rofed_rapor_2016-1)], Erişim: 01 Ocak 2017.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2018), *Annual Raport - 2017*, [URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419807>], Erişim: 05 Haziran 2018.
- Vengesai, S. (2003), A Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness. *ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide, 1-3 December 2003*, 637-647.
- Vernon, R. (1966), International Investment and International Trade in the Product Cycle, *Quarterly Journal of Economics*, 190-207.
- World Economic Forum (WEF). (2017), *The Travel & Tourism Competitiveness Report – 2016-2017*. [URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf) ], Erişim: 22 Ekim 2017.
- Yılmaz, A. (2015), New Foreign Trade Theories. *Journal of Academic Social Science Studies*, 40: 509-521.
- Yüksel, E. ve Saridoğan, E. (2011), Uluslararası Ticaret Teorileri ve Paul R. Krugman'ın Katkıları. *Öneri Dergisi*, 9(35), s.199-206.
- Zengin, B. ve Uyar, H. (2012), Türk Turizm ve Otelcilik Sektöründe Rekabet ve Rekabeti Etkileyen Faktörlerin Otel İşletmelerine Yönelik Olarak Değerlendirilmesi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 3(5), s.1-22.
- Zhang, W. B. (1961), *A Theory of International Trade: Capital, Knowledge, and Economic Structures*, Berlin: Springer-Verlag Heidelberg.